تقييم تجربة إمارتي دبي و ابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية العالمية من وجهة نظر تسويقية
(دراسة مقارنة)

Evaluation of the Experience of Dubai and Abu -Dhabi Emirates as International Trading Centers in Light of the Financial Crisis from a Marketing Perspective
(Comparative Study)

إعداد الطالب

عدنان احمد علي عبيدات

إشراف

الدكتور عادل محمد رجب

قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات نيل درجة دكتوراه الفلسفة في التسويق

كلية الدراسات الإدارية والمالية العليا

جامعة عمان العربية للدراسات العليا

2010

التفويض

أنا عدنان احمد علي عبيدات أفوض جامعة عمان العربية للدراسات العليا بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات أو الشركات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبها

الاســـم: عدنان احمد علي عبيدات

التوقيـــع:

التاريــخ: ٢٥ / ٣ / ٢٠١٠

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها " تقييم تجربة إمارتي دبي و ابوظبي كمركزي تجارة عــالميين في ضوء الأزمة المالية (دراسة مقارنة)" وأجيزت بتاريخ 25 / 1 / 2010.

إعداد

عدنان احمد علي عبيدات

إشراف

الدكتور عادل رجب

لجنة المناقشة		**التوقيع**
الأستاذ الدكتور وفقي الســيد إمام	رئيساً	....
الأستاذ الدكتور محمود الصميدعي	عضواً	....
الأستاذ الدكتور ثامــر البــكري	عضواً	....
الدكتـــــور عـــادل رجـــب	عضواً ومشرفاً	....

شكر وتقدير

الحمد لله وأشكره عز وجل الذي أعانني على إتمام هذا الجهد المتواضع، ويسرني أن أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى الدكتور عادل رجب الذي بذل جهدا كبيـرا لإتمـام هـذه الأطروحة خلال فترة إعدادها، كما أشكر الأستاذ الدكتور محمد أبو صـالح علـى نـصائحه القيمة وإرشاداته حول التحليل الإحصائي.

شكري وتقديري لكافة أعضاء هيئة التدريس والإداريين والعاملين في جامعة عمان العربية للدراسات العليا على حسن وطيب المعاملة، وأشكر الأساتذة الكبـار الـذين قـاموا بتحكـيم الاستبانة والأطروحة، شكري وتقديري للأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة الموقرة ممثلـة بالأستاذ الدكتور وفقي السيد إمام والأستاذ الدكتور محمود الصميدعي والأستاذ الدكتور ثـامر البكري على تفضلهم بقبول مناقشة هذه الأطروحة، كما وأشكر كل من أسهم في إنجاز هـذا الجهد سواء بالتشجيع أو المساندة.

ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر الجزيل والامتنان إلى الأستاذ الدكتور سعيد التل رئـيس جامعـة عمان العربية للدراسات العليا والى الأساتذة نواب الرئيس الأفاضل على جهودهم الكبيرة فـي رعاية طلاب هذا الصرح العلمي الكبير.

الإهداء

إلى ناظرة الفرح بروحها الطاهرة الساكنة في جنبات نفسي فلا أصدق بأنها تحت الثرى!

ولكني أراها تنتظر فرحي بصمت رهيب غشاه الزمن لحظة فراق عزت على القلوب

***والدتي رحمها** الله*

إلى من جفت أقلامنا في وصفه ونحن نكتب له صفحات العرفان بالجميل! عنوانه الشموخ

والكبرياء غرسه نبتة في أوصالنا فأثمرت طيبا عجزت تعابير الكون الوفاء لصنيعه

والدي رعاه الله

إلى من سايرت أحلامي الكبيرة وهي في المهد وانتظرت الغد المشرق بصبر وهي تغرس في

نفسي العزم والتصميم لنسير ونرتقي معا في دروب شاءها العلي القدير!

زوجتي الغالية

إلى من تشدني إليهم ذكريات الطفولة الجميلة وحنين الأيام الخالية فيحملني إليهم شوق اللقاء

بعد الفراق على أكف تضرع إلى العلي القدير ان يكلاهم ويحفظهم جميعا

أخواني وأخواتي الأعزاء

إلى من وهبت لهم نفسي ونذرت لحياتهم أغلى ما أملك لأراهم شامخين كصخرة يعز على

نفسي ان أراهم في غير تلكم الصورة الجميلة

أبنائي وبناتي وأحفادي

إلى كل عزيز على قلبي أهدي ثمرة جهدي المتواضع

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

الملخص باللغة العربية

تقييم تجربة إمارتي دبي و ابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية (دراسة مقارنة)

إعداد

عدنان احمد علي عبيدات

إشراف

الدكتور عادل محمد رجب

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر عناصر المزيج التسويقي الخدمي وأهم العوامل الثقافية والبيئية في تجربة إمارتي دبي و أبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية، وقد شمل مجتمع الدراسة الشركات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إماراتي دبي وابوظبي والبالغ عددها (4379) شركة، وقد اعتمد الباحث على وحدة معاينة ضمت المديرين العامين في هذه الشركات، واعتمد الباحث على مصدرين رئيسين لجمع المعلومات والبيانات هما البيانات الأولية التي جمعت من خلال الدراسة الميدانية بوساطة الاستبانة المصممة خصيصا لغرضها، إضافة إلى البيانات الثانوية من المصادر المكتبية المختلفة.

استخدم الباحث التكرارات لوصف العوامل الديموغرافية للمديرين العامين، كما استخدم الوسط الحسابي والانحراف المعياري في التحليل الوصفي وفي تحديد أهمية العبارات

الواردة في الاستبانة، كما تم اختبار الفرضيات باستخدام أسلوب الانحدار البسيط (Simple Regression)، إضافة إلى استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (Anova) لاختبار الفروق ذات الدلالة الإحصائية في إجابات عينة الدراسة والتي تعزى إلى العوامل الديموغرافية للمديرين العامين.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

1- وجود تأثير لعناصر المزيج التسويقي الخدمي والعوامل البيئية مجتمعة في تجربة إمـارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية، وبالنسبة لجزئيات الفرضيات، فقد بينـت النتائج وجود تأثير للخدمة والسعر والترويج وجاذبية الموقع والاستقرار الاقتصادي، بينما لـم يؤثر التوزيع والناس وعملية تقديم الخدمة والبيئة المادية والاستقرار السياسي والأمني وقوانين تشجيع الاستثمار وبيئة الأعمال ومؤسسات الضيافة وأماكن التسوق في تجربة إمـارة دبـي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

2- وجود تأثير لعناصر المزيج التسويقي الخدمي والعوامل البيئية مجتمعة في تجربة إمـارة أبو ظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية، وبالنسبة لجزئيات الفرضـيات، فقـد بينت النتائج وجود تأثير للخدمة والسعر والناس والاستقرار الاقتصادي، بينما لم يؤثر الترويج وعملية تقديم الخدمة والتوزيع والبيئة المادية وجاذبية الموقع والاستقرار الـسياسي والأمنـي وقوانين تشجيع الاستثمار وبيئة الأعمال ومؤسسات الضيافة وأماكن التسوق في تجربة إمـارة أبو ظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات أهمها:

1- ضرورة الإفادة من وجود قيادة سياسية راسخة المبادئ ومستقرة وقادرة على حماية اقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة

2- إنشاء لجنة مشتركة بين الإمارتين تمثل الجهات الحكومية المختصة ورجال الأعمال في الإمارتين لتحقيق التنسيق والترابط بما يؤدي إلى التوأمة والتكامل.

3- العمل على تنفيذ استثمارات لتطوير كافة مرافق البنى التحتية لاستيعاب المشاريع التجارية والسياحية والخدمية الجديدة.

4- المرونة في تطبيق القوانين والتشريعات الخاصـة بتـشجيع الاسـتثمار وتعزيـز ثقافـة الاستثمار والاندماج في الاقتصاد العالمي.

5- التشجيع على إعطاء المزيد من الحوافز للمستثمرين والتجار مع الاسـتمرار فـي تقـديم التسهيلات المطلوبة دائما.

6- تسهيل منح تأشيرات الزيارة والدخول للتجار والمستثمرين والسياح.

7- الإفادة من الموقع الجغرافي المتوسط ومن المزايا التـي يوفرهـا الاسـتقرار الـسياسي والاقتصادي والأمني.

8- زيادة الاهتمام ببيئة الأعمال ومناخ الاستثمار والإفادة من الأهمية المتزايدة للشركات الاستثمارية والتجارية.

9- قيام الجهات المعنية في دولة الإمارات العربية المتحدة بحملة ترويجية مركـزة للجـذب السياحي والاستثماري والتجاري كوجهة قصد لهذه الأعمال.

Abstract

Evaluation of the Experience of Dubai and Abu- Dhabi Emirates as International Trading Centers in Light of the Financial Crisis from a Marketing Perspective (Comparative Study)

Prepared By

Adnan Ahmad Obaidat

Supervised By

Dr. Adel Rajab

The study aimed at investigating the elements of service marketing mix, in addition to the cultural and environmental factors that affected the experiment of Dubai and Abu Dhabi Emirates As to international trade centers in the light of financial crisis. The population of the study consisted of the companies operating in commerce, investment and tourism (4379).

The researcher used many statistical tools for analysis such as frequencies, means and standard deviation to analyze the data of the present study. The researcher also used Simple Regression to examine each of the study's hypotheses, and finally used the (ANOVA) to examine the statistical differences found in the answers that are related to the demographic factors of respondents.

The main findings of this study: The service marketing mix and the environmental factors had an effect on Dubai and Abu Dhabi experiment

as international trade centers in light of the financial crisis. As for the sub-hypotheses, results indicated that:

1- There was an effect for service, price, promotion, site attraction and economic stability in Dubai Emirate, There was no effect for distribution, people, process, physical evidence, investment encouragement rules, political stability, business environment, host institution and marketing site in Dubai Emirate as international trade center in the light of financial crisis.

2- There was an effect for service, price, people process, and economic stability, There was no effect for distribution, promotion, physical evidence, site attraction, political stability, investment encouragement rules, business environment, host institution and marketing site in Abu Dhabi Emirates as to International trade center in the light of financial crisis.

In the light of the findings of this study, the researcher recommends the following:

1- The necessity for benefiting from the existence of political leadership that has stable principles and is able to protect the economy of U.A.E.

2- Forming a committee for the two Emirates to represent the specialized governmental sectors as well as business men to achieve coordination and collaboration between them in a way that leads to integration.

3- Creating modernizations to improve the basic construction to include the new trade, tourism, and service projects.

4- Flexibility in conducting the laws and regulations concerning encouraging investment in addition to motivating the investment and integrating culture with the global economy.

5- Give more motivation to the investors and trade men and provide them with the necessary facilities.

6- Facilitate issuing visas for merchants, investors, and tourists.

7- Benefiting from the geographical location of the two Emirates and the merits of political, economical, and security stability.

8- More emphasis should be given to business environment and investment climate in addition to benefiting from the increasing importance of the investment and trade companies.

9- The concerned sectors in U.A.E should start a concentrated advertising campaign to attract tourists, investment, and commerce to the U.A.E.

الفصل الأول

الإطـار العام للدراسة

1-1 المقدمة

2-1 مشكلة الدراسة

3-1 أهمية الدراسة

4-1 أهداف الدراسة

5-1 نموذج الدراسة

6-1 فرضيات الدراسة

7-1 التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة

الفصل الأول

الإطـار العام للدراسة

يستعرض هذا الفصل مشكلة الدراسة وعناصرها والفرضيات التي بنيت عليهـا هـذه الدراسة، كما اشتمل على أهم التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة والتي اسـتخدمت فـي الدراسة الحالية، بالإضافة إلى بيان أهدافها وأهميتها ومحدداتها.

1-1 تمهيد

تفجرت الأزمة المالية في أيلول عام 2008 ومنذ ذلك التاريخ والعالم بأسـره يراقـب التداعيات الخطيرة للانهيار المالي الكبير، الذي أصاب العديد من المؤسسات المالية في الولايات المتحدة، وذلك بإعلان عدد كبير من البنوك الأمريكية عن إفلاسها خلال فترة قصيرة، بعد ذلك انتقلت آثار هذه الأزمة إلى بلدان الاتحاد الأوروبي واليابان والصين، كما تراجعت البورصـات والأسهم في العديد من البلدان العربية والعالمية، وتوصف هذه الأزمة بأنها الأسوأ منـذ أزمـة الكساد الكبير في الثلاثينيات من القرن العشرين، وإن أسبابها تكمن في طبيعة النظام الرأسمالي، القائم على أرباح خيالية تتحقق في الأساس من المضاربات (عبدالله، 2008، ص72).

وتعد دولة الإمارات العربية المتحدة من أكبر الدول المصدرة للنفط ومن الـدول التـي تمتلك مخزونا نفطيا جيدا، إضافة إلى مخزون كبير من الغاز الطبيعي، إلا أنها انتهجت سياسـة الاقتصاد الحر كاستراتيجية للتنويع في مصادر الدخل الـوطني، وتقلـيص اعتمـاد الاقتـصاد الإماراتي على النفط كمصدر وحيد من مصادر الدخل القومي، حتى أن دولة الإمارات أصبحت

واحدة من أكثر اقتصاديات دول مجلس التعاون الخليجي متانةً وتنوعاً، مما أسـهم فـي تـدعيم مكانتها كمركز اقتصادي وتجاري إقليمي صاعد، وقد أدى ذلك إلى ارتفاع نسبة إسهام المصادر غير النفطية في الناتج القومي التي شكلت نسبتها أكثر من 60%، مما أسهم فـي خلـق بيئـة تنافسية ووجهة مرغوبة لاستقطاب الاستثمارات الخارجية (آل ربيعه، 2007، ص41)

وشهدت دولة الإمارات العربية المتحدة نهضة حديثة في مختلف مجالات الحياة العامـة وتمكنت بفضل التكنولوجيا المعاصرة من استقطاب العديد من الاستثمارات الخارجية، مما جعلها مركزا تجاريا رئيسا في منطقة الشرق الأوسط ومركزاً إقليمياً للأعمال والتجارة ووجهة قـصد للإقامة والسياحة، واحد أهم مراكز سياحة التسوق في المنطقة، كذلك تتمتع إمارتي أبـو ظبـي ودبي بنشاط كبير في حركة التجارة الخارجية للسلع والخدمات، وقد ساعد موقعهما المتميز بين دول مجلس التعاون الخليجي، وقربهما من سوق دول شـرق آسـيا، والتـسهيلات التجاريـة والقوانين والأنظمة التجارية المعمول بها على زيادة هذه الأنشطة، ولقد حدث تطور ونمو كبير في حركة التبادل التجاري للسلع والخدمات التي تفي باحتياجات السكان بمختلف أذواقهم.

وتعد الاستثمارات الأجنبية من أهم القطاعات الحيوية وتشكل رافدا حقيقيا لتحقيق النهوض الاقتصادي، ويمكن أن تلعب دوراً أكثر أهمية في الاقتصاد خاصة عن طريق خلق فرص عمل أكثر، كما أن عائدات الاستثمارات يمكن ان يستفيد منها المجتمع والأفراد على السواء، مما يتطلب المحافظة على نمو هذه الاستثمارات ودعمها كأحد القطاعات الاقتصادية المتقدمة في دولة الإمارات العربية المتحدة، والعمل على استقطاب فئات جديدة من المستثمرين الأجانب والعرب، بالإضافة إلى تشجيع وتنشيط الاستثمارات الداخلية والخارجية، أما القطاع

السياحي فقد حظي باهتمام كبير كمصدر رئيس من مصادر الدخل، وشهدت الإمارات ازدهارا شمل مختلف المرافق السياحية من فنادق ومطاعم وأنشطة تجارية ووسائل ترفيه وتسلية تخدم القطاع السياحي، وأسهمت في وضع الإمارات على خريطة العالم السياحية كنقطة جذب مهمة للسياح (مؤتمر السياحة العربي، دمشق، سوريا، 2005).

تعتبر أبو ظبي أكبر الإمارات السبع التي تتكون منها دولة الإمارات العربية المتحـدة، وهي عاصمتها السياسية التي تضم مختلف النشاطات الحكومية، وتشكل مركزا هاما لعالم المال والأعمال ومن المراكز التجارية المميزة في المنطقة والعالم، وتقدم أبو ظبي تجربة اقتـصادية نموذجية لتطوير اقتصاد تنافسي يتيح الحوافز اللازمة لتعزيز ثقافة الاستثمار ويكون قادراً على تحقيق التنويع والاستدامة والاندماج في الاقتصاد العالمي، من خلال التركيز على الاستثمار في الأنشطة والصناعات ذات القيمة المضافة العالية، بما في ذلك قطاعات الطاقة التقليدية والمتجددة والصناعات الأساسية والبنى التحتية والخدمات السياحية والمالية، وتتوافر في أبو ظبـي كافـة مرافق وتسهيلات الحياة الحديثة (الهيئة العامة للجمارك، 2007).

تقع إمارة دبي بين إمارتي أبوظبي والشارقة وهي تعتبر ثاني الإمارات المكونة لدولـة الإمارات العربية المتحدة، وتعتبر مركزا هاما للمال والأعمال والتجارة، ووجهة سياحية يقصدها الملايين من السياح سنويا، ودبي هي العاصمة الاقتصادية لدولة الإمارات العربية المتحدة ، وقد تطورت تطوراً كبيراً خلال السنوات الماضية، وشهدت قيام العديد من المراكز والمـشروعات والأنشطة التجارية التي تعتبر محركاً رئيساً وعامل جذب للمستثمرين من كافة أنحاء العالم (الهيئة العامة لجمارك دبي، 2007).

2-1 مشكلة الدراسة

واجه العالم أزمة مالية كبيرة في النصف الثاني من عام 2008 تسببت في خسائر فادحة في اقتصاديات معظم الدول، وتتزايد المخاوف تجاه التأثيرات السلبية لهذه الأزمة على أسواق المنطقة العربية ومن ضمنها اقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة التي يرتبط اقتصادها ارتباطا مباشرا في الاقتصاد العالمي، خاصة وان ثقة الشركات الأجنبية التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية تتراجع في ظل التباطؤ والركود الاقتصادي العالمي وتراجع النمو الاقتصادي، الأمر الذي يشكل انعكاسات سلبية على تجربة إمارتي دبي وأبو ظبي كمركزي تجارة عالميين، حول تأثير هذه الأزمة العالمية من وجهة نظر تسويقية كمشكلة تواجه دولة الإمارات العربية المتحدة.

كما أن ظهور الأزمة المالية العالمية بما فرضته من تحولات اقتصادية كبيرة واشتداد المنافسة المحلية والدولية، وبروز وسائل جديدة في التجارة والسياحة والأعمال، يضع قدرات إمارتي دبي وأبو ظبي محل اختبار حقيقي حول إمكانية المحافظة على استمرار النمو في الأنشطة السياحية والتجارية والاستثمارية.

وبالتالي فإن مشكلة الدراسة تكمن في وجود غموض وقصور حول محدودية الأطر والمعالم التي تكتنف تأثير هذه الأزمة العالمية كمشكلة تواجه دولة الإمارات العربية المتحدة، وذلك بالاستناد إلى تجربة إمارتي دبي وأبو ظبي كمركزي تجارة عالميين ومن وجهة نظر تسويقية.

عناصر المشكلة

بناءً على ما سبق فإنه يمكن تحديد مشكلة الدراسة من خلال طرح التساؤلات الآتية:

السؤال الاول: ما هو تأثير عناصر المزيج التسويقي الخدمي (المنتج الخدمي والسعر الترويج والتوزيع والناس وعملية تقديم الخدمة والبيئة المادية) في تجربة إمارتي دبي وابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية ؟

السؤال الثاني: ما هو تأثير العوامل البيئية **(**جاذبية الموقع، الاستقرار السياسي والاقتصادي والأمني، قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية، بيئة الأعمال، مناخ الاستثمار، مؤسسات الضيافة، وأماكن التسوق) في تجربة إمارتي دبي و ابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية ؟

1-3 أهمية الدراسة

تحتل قطاعات التجارة والسياحة والاستثمار أهمية كبرى في بنية الاقتصاد الوطني لدولة الإمارات العربية المتحدة، كما أن هذه القطاعات تُعد من الصناعات الداعمة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في ظل التوجه نحو تنويع مصادر الدخل، ومن هذا المنطلق فقد شهدت حركة التجارة والاستثمار والسياحة في دبي وأبو ظبي نشاطا وتوسعا كبيراً بما تمتلكانه من مقومات وإمكانات أسهمت في زيادة وجذب العديد من الاستثمارات والسياح إليهما، بحيث أصبحت تشكل ركيزة استراتيجية قوية للاقتصاد الوطني في دولة الإمارات العربية المتحدة.

لذلك فإن أهمية هذه الدراسة تنبع من الاعتبارات التالية:

1. تلقي الضوء على أهم العوامل المؤثرة في تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية ومن وجهة نظر تسويقية.

2. تسهم في تكوين قاعدة معلومات وبيانات حول العوامل المؤثرة في تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية.

3. التعرف على أهم الجوانب التي تتعلق بتأثير وأبعاد الأزمة المالية على اقتصاد إمارتي دبي وأبوظبي.

4. إمكانية الوصول إلى نتائج ذات دلالة إحصائية حول العوامل المؤثرة في تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية.

4-1 أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

1. التعرف على أثر عناصر المزيج التسويقي والعوامل البيئية في تجربة إمارتي دبي وأبو ظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية ومن وجهة نظر تسويقية.

2. التعرف على أبعاد الأزمة الاقتصادية وتأثيراتها السلبية على السياحة والاقتصاد والاستثمار في مدينتي دبي وابوظبي ومن وجهة نظر تسويقية.

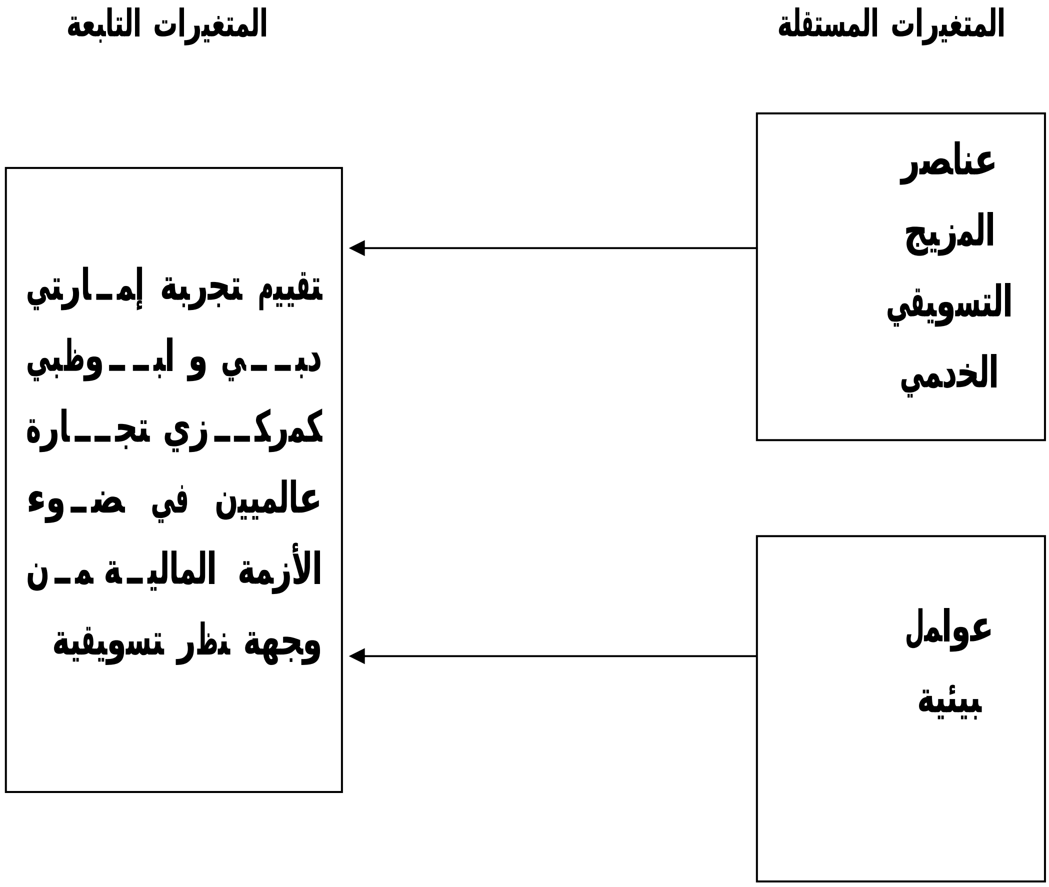
3. التعرف على أهم العوامل المؤثرة في تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية ومن وجهة نظر تسويقية.

4. مقارنة نتائج التحليل في كل من الإمارتين للتعرف فيما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في النتائج بين المتغيرات المستقلة والتابعة بين الإمارتين.

5. الوصول إلى نتائج حول تأثير الأزمة المالية العالمية يمكن من خلالها اقتراح توصيات تحقق هدف الدراسة.

5-1 نموذج الدراسة

لتحقيق غرض الدراسة والوصول إلى أهدافها المحددة فقد اعتمد الباحث على النمـوذج التالي لإجراء المقارنة بين نتائج التحليل في كل من إمارتي دبي وأبو ظبي، للتعـرف فيمـا إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في النتائج بين المتغيرات المستقلة والمتغيـرات التابعـة ويوضح الشكل (1 - 1) علاقات هذه المتغيرات.



الشكل (1 - 1)

نموذج الدراسة

1-6 فرضيات الدراسة

تستند هذه الدراسة إلى الفرضيات الآتية:

الفرضية الرئيسة الأولى:

HO1 لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعناصر المزيج التسويقي الخدمي (المنتج الخدمي والسعر الترويج والتوزيع والناس وعملية تقديم الخدمة والبيئة المادية) في تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية.

HA1 يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعناصر المزيج التسويقي الخدمي (المنتج الخدمي والسعر الترويج والتوزيع والناس وعملية تقديم الخدمة والبيئة المادية) في تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية.

الفرضية الرئيسة الثانية:

HO2 لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للعوامل البيئية (جاذبية الموقـع، الاسـتقرار الـسياسي والاقتصادي والأمني، قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية، بيئـة الأعمـال، منـاخ الاستثمار، مؤسسات الضيافة، وأماكن التسوق) في تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية.

HA2 يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للعوامل البيئية (جاذبيـة الموقـع، الاسـتقرار الـسياسي والاقتصادي والأمني، قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية، بيئـة الأعمـال، منـاخ الاستثمار، مؤسسات الضيافة، وأماكن التسوق) في تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية.

1-7 تعاريف إجرائية لمصطلحات الدراسة

لأغراض هذه الدراسة فقد تم تحديد المعاني الإجرائية لجميع المتغيرات المستقلة والتابعة والمستخدمة فيها وذلك حسب ما يعنيه كل مصطلح في الدراسة الحالية.

1-7-1 المزيج التسويقي الخدمي:

هو الأنشطة التسويقية الخاصة التي يمكن التحكم بها وتوجيهها نحو القطاع السوقي المـستهدف، وبما يحقق أقصى قيم للمشترين والربح المطلوب ويتكون من المنتج الخدمي والـسعر التـرويج والتوزيع والناس وعملية تقديم الخدمة والبيئة المادية.

1-7-2 المنتج الخدمي:

هي مجموعة من الأنشطة والفعاليات الخدمية سواء في مجال التجارة أو السياحة والتي تقدمها المؤسسات الخدمية في إمارتي دبي وأبوظبي لغرض تلبية حاجات ورغبات العملاء.

1-7-3 السعر:

هو القيمـة النقدية أو العينية التي يدفعها متلقي الخدمة نظير حصوله على المنتج الخدمي, أي إن السعر يمثل مجموع قيم التبادل التي حصل عليها متلقي الخدمة نظير تقديم الخدمة له في إمارتي دبي وأبوظبي.

1-7-4 التوزيع:

هو كافة الأنشطة التسويقية والعمليات التي تعمل معا لتضمن وصول المنتج الخدمي إلى السوق المستهدف، بمعنى الكيفية التي تجعل المنتج الخـدمي متوافراً لمستعمل هذه الخدمة وجعلها قريبة منه في إمارتي دبي و ابوظبي.

1-7-5 الترويج:

هي تلك الأنشطة التسـويقية التي تنطوي على عملية اتصال إقناعي يتم من خلاله التعريف بالخدمـة بهدف التأثير على أذهان الجمهور لاستمالة استجابتهم السلوكية إزاء ما يروج له في إمارتي دبي و ابوظبي.

1-7-6 الناس:

هم الأفراد الذين لهم اتصالٌ مباشر ودور مهم في عملية إنتاج الخدمة في المؤسسات الخدمية في إمارتي دبي و ابوظبي ويكون هناك علاقة تفاعلية بينهم وبين العملاء.

1-7-7 عملية تقديم الخدمة:

هو السلوك الذي يبديه العاملون أثناء تقديم الخدمة وتوصيلها إلى متلقي الخدمة وتتضمن عملية تقديم الخدمة الطرق والإجراءات المناسبة والتي يمكن من خلالها توصيل وتوفير الخدمة إلى العملاء في إمارتي دبي وأبوظبي.

1-7-8 الدليل المادي الملموس:

هي المستلزمات المادية الملموسة التي تدعم وتسهل عملية تقديم الخدمة في إمارتي دبي وأبوظبي، وتمثل مظهر وهيئة وتصميم البيئة المادية الداخلية والخارجية التي يتفاعل فيها متلقي الخدمة مع مقدمها، والتي يكون لها تأثير على الصورة المدركة لدى العملاء.

1-7-9 جاذبية الموقع:

هي مجموعة من الخصائص والمزايا التي يتمتع بها الموقع الجغرافي لدولة الامارات العربية المتحدة، وتتمثل في وجودها على البحر وجمال مناخها خلال فترات زمنية من السنة، إضافة إلى سهولة الوصول إلى دولة الامارات العربية المتحدة براً وبحراً وجواً.

1-7-10 أماكن التسوق:

هي المجمعات التجارية والمحلات والأسواق والبنوك الموجودة في إماراتي دبي وأبوظبي والتي توفر للقادمين إلى دبي وابوظبي الخدمات التي يحتاجونها أثناء إقامتهم.

1-7-11 مؤسسات الضيافة:

هي الفنادق والمنتجعات والشقق السياحية والشاليهات والمطاعم المنتشرة في دولة الامارات العربية المتحدة، بالإضافة إلى شركات السياحة والسفر التي تقوم بعمل الحجوزات وتنظيم الرحلات السياحية والترفيهية إلى دولة الامارات العربية المتحدة.

1-7-12 التشريعات والقوانين:

هي التشريعات والقوانين والأنظمة التي تدعم وتنظم قطاعي السياحة والتجارة والصادرة عن حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة.

1-7-13 الاستثمار:

هي رؤوس الأموال المستثمرة والمستغلة في إنشاء مشاريع ومؤسسات الأعمال بهدف تحقيق الأرباح.

1-7-14 الاستثمار الأجنبي المباشر:

هو الاستثمار المبني على علاقة طويلة المدى تعكس مصلحة دائمة ومقدرة على التحكم بين شركة في الدولة الأم وشركة أو وحدة إنتاجية في الدولة المستقبلة للاستثمار.

1-7-15 البيئة الاستثمارية:

هي عبارة عن السياسات الحكومية والقوانين والأنظمة والتشريعات التي تنظم النشاطات الاستثمارية في إمارتي دبي وأبوظبي.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

المبحث الأول: المقومات البيئية في دولة الإمارات العربية المتحدة

2-1 تمهـيد

2-2 مقومات تجربة دبي وأبو ظبي كمركزي تجارة عالميين

2-2-1 المقومات الطبيعية

2-2-2 المقومات السياحية

2-2-3 مقومات تجارة الأعمال

2-2-4 المقومات الاستثمارية

2-3 أهم المؤشرات الاقتصادية في تقييم تجربة إماراتي دبي وابوظبي

المبحث الثاني: المزيج التسويقي الخدمي

2-4 عناصر المزيج التسويقي الخدمي

المبحث الثالث: الأزمة المالية وأثرها في إماراتي دبي وابوظبي

2-5 الأزمة المالية نشأتها وأسبابها

المبحث الرابع: الدراسات السابقة

2-6-1 الدراسات باللغة العربية

2-6-2 الدراسات باللغة الانجليزية

2- 6 -3 علاقة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية

2-6-3 ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة

المبحث الأول

المقومات البيئية في دولة الإمارات العربية المتحدة

2-1 تمهيد

تعد دولة الإمارات العربية المتحدة وجهة إقليمية للسفر سواء للتجارة أو الأعمال أو للسياحة الترفيهية، وقد حظيت باهتمام كبير كمصدر رئيس من مصادر الدخل، كما شهدت الإمارات ازدهارا شمل مختلف المرافق السياحية من فنادق ومطاعم وأنشطة تجارية ووسائل ترفيه وتسلية تخدم القطاع السياحي، أسهمت في وضع الإمارات على خريطة العالم السياحية كنقطة جذب مهمة للسياح، حيث بلغت نسبة إسهامها في الاقتصاد الوطني 17.2 في المائة من مجمل الدخل القومي.

ويتوقع انه بحلول عام 2010 أن تسهم السياحة بما نسبته 21 بالمائة من مجمل الدخل القومي، وتشير منظمة السياحة العالمية الى أن المنطقة العربية سوف تكون من أسرع أقاليم العالم نموا في السياحة، حيث تتوقع أن يصل عدد السياح في المنطقة العربية إلى حوالي 55 مليون سائح عام 2010 و75 مليون سائح في عام 2020 وبالتالي سوف تكون حصة دولة الإمارات العربية المتحدة من السياحة على مستوى الشرق الأوسط حوالي 29% عام 2020 (مؤتمر السياحة العربي، دمشق، سوريا، 2005).

وقد اكتسبت إمارتي دبي وأبوظبي شهرة عالمية واسعة كمراكز تجارية واقتصادية وسياحية هامة، وأثبتت المشاريع والمبادرات المبتكرة الموجودة في إمارتي دبي وأبوظبي، أنهما

تشكلان فعلياً بيئة نموذجية لمزاولة الأعمال وتحقيق النمو، ومقصدا لرجال الأعمال والسياح من جميع أنحاء العالم، مما جعلهما قوة مؤثرة على الخريطة الاقتصادية للعـالم، كمـا اسـتطاعت إمارتي دبي وأبوظبي لعب دور أساسي في النهضة الشاملة التي تشهدها دولة الإمارات العربية المتحدة (الهيئة العامة لجمارك دبي، التقرير السنوي، لعام 2007).

ونظرًا لموقع إمارة أبو ظبي على الحدود البرية مع المملكة العربية الـسعودية وقطـر وسلطنة عمان، فقد عملت على إنشاء شبكة من الطرق والجسور الحديثة المرتبطة مـع بـاقي الإمارات الأخرى ومع الدول المجاورة، كما تعتبر أبو ظبي مركزًا هامًا لتجارة الترانزيت حيث توجد بنية تحتية حديثة من الموانئ البحرية مزودة بأحدث التسهيلات وأجود خـدمات المـوانئ البحرية في المنطقة مثل ميناء زايد البحري، بالإضافة إلى الموانئ الجوية حيث يوجد مطـاران في مدينة أبوظبي ومطار في مدينة العين، وهناك عدد من المعابر البرية التي تقـدم الخـدمات للمسافرين والبضائع من وإلى إمارة أبو ظبي (http:www.qatarp.com,16-3-2008).

إمارة دبي هي ثاني الإمارات المكونة لدولة الإمارات العربية المتحدة وعاصمتها دبـي، وتعتبر دبي مركزا هاما للمال والأعمال في العالم، ووجهة سياحية يقصدها الملايين من السياح سنويا، ودبي هي العاصمة الاقتصادية لدولة الإمارات العربية المتحدة، وقد تطـورت تطـوراً كبيراً خلال السنوات الماضية، حيث الاقتصاد الحر في الإمارة وعدم وجود نظام ضريبي لعب دورا أساسيا وكبيرا في جذب المستثمرين من جميع أنحاء العالم (أل ربيعه، 2007، ص43).

تتوافر في مدينة دبي مجموعة من العوامل التي تلعب دوراً جوهريـاً فـي اسـتقطاب الاستثمارات إليها من جميع أنحاء العالم وشتى القطاعات الاقتصادية، فهي فضلا عن موقعهـا الاستراتيجي الهام على ملتقى طرق التجارة العالمية بين الـشرق والغـرب، تنـتهج سياسـات تحررية وقوانين مشجعة للأعمال وإطارا جمركيا شديد الجاذبية، وهي تعتبر من المدن العالمية النابضة بالحياة، وقد نجحت في رفع الناتج المحلي الإجمالي إلى أكثر مـن 34 مليـار دولار، وبمعدل نمو سنوي إجمالي بلغ 14%، وحققت قفزات نوعية في النمـو، سـاعدها فـي ذلـك اقتصادها المتنوع، حيث تسهم القطاعات غير النفطية بنسبة 94% من الناتج المحلي الإجمـالي، كما ارتفع متوسط دخل الفرد السنوي إلى 36000 دولار (الهيئة العامـة للاسـتثمار، 2008، النشرة السنوية، الإمارات العربية المتحدة).

2-2 مقومات تجربة إمارتي دبي وأبو ظبي كمركزي تجارة عالميين

هناك عددٌ من المقومات المؤثرة في تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين:

2-2-1 المقومات الطبيعية

تقع إمارة أبو ظبي على الخليج العربي وهي أكبر الإمارات السبع التي تتكون منها دولة الإمارات العربية المتحدة مساحةً، وتضم هذه الإمارة عددا من المدن الهامة مثل مدينة أبوظبي العاصمة الاتحادية ومدينة العين التي تقع جنوب شرق أبو ظبي وتبعد عنها حوالي 160 كيلومترا، أما إمارة دبي فهي الإمارة الثانية من حيث المساحة بعد أبوظبي، وتتمتع بموقع جغرافي يكسبها ميزات هامة تسهم كثيراً في عملية التبادل التجاري مع دول العالم ودول

المنطقة المحيطة وكذلك الدول العربية، كما انها تكتسب شهرة واسعة كمركز جذب للزوار من رجال الأعمال والسياح والمستثمرين (http://www.luxuryexplorer.com, 2-6-2008).

وتعد قطاعات التجارة والصناعة والخدمات والسياحة الروافد الأساسية لاقتصاد دبي وتسهم بحوالي 94% من الناتج المحلي، فيما يسهم البترول بحوالي 6% من إجمالي الإنتاج الاقتصادي في دبي، اما إمارة أبو ظبي فانها تقدم تجربة اقتصادية نموذجية ومثالية حيث تعمل على تطوير اقتصاد تنافسي يتيح الحوافز اللازمة لتعزيز ثقافة الاستثمار، ويكون قادراً على تحقيق التنويع والاستدامة والاندماج في الاقتصاد العالمي من خلال التركيز على الاستثمار في الأنشطة والصناعات ذات القيمة العالية المضافة، بما في ذلك قطاعات الطاقة التقليدية والمتجددة والصناعات الأساسية والبنى التحتية والخدمات السياحية والمالية (أل ربيعه، 2007، ص39).

2-2-2 المقومات السياحية

تعد صناعة السياحة من أهم الصناعات والأنشطة الاقتصادية في البلدان التي تتمتع بمواقع سياحية جذابة، حيث يتم التردد على هذه الأمكنة وزيارتها من قبل العديد من الأفراد, ويمثل العائد من السياحة دخلاً رئيساً لهذه البلدان، كما إنه يسهم في نمو الناتج المحلي الإجمالي للدول, وهذا يتطلب وجود إستراتيجيات علميه تقوم على أسس تسويقية سليمة، كأساس لنجاح هذه الجهود السياحية التي تهدف إلى اجتذاب المزيد من السياح وبالتالي ينعكس ذلك على زيادة الإيرادات والدخل، والقطاع السياحي من القطاعات الهامة التي تسهم بشكل كبير في زيادة الدخل القومي، والجدير بالذكر أن دولة الإمارات العربية المتحدة تتمتع بالعديد من مقومات الصناعة السياحية أهمها:

1- الموقع الجغرافي الاستراتيجي.

2- الطقس المعتدل المتميز طوال ستة أشهر من السنة.

3- الأمن والاستقرار.

4- متعة التسوق والتجوال في حرية وطمأنينة.

5- توافر البنية التحتية الأساسية الحديثة التي توفر أرقى الخدمات من مطارات وموانئ ووسائل اتصالات ومواصلات وخدمات الفنادق والآثار السياحية والتاريخية عناصر مهمة للجذب السياحي.

وقد تمكنت إمارتا دبي وأبو ظبي منذ عام 1980من اجتياز مراحل هامة فـي التنميـة السياحية، مما جعلهما تتبوأن مكانة متميزة في الشرق الأوسط كمدن جديدة وعصرية، حيث تـم إنجاز المرافق السياحية والتي تتلاءم مع متطلبات السياحة العالميـة كإنـشاء شـبكة الطـرق والجسور والمواني البحرية والجوية والفنادق والمرافق الرياضية والترفيهية، وقد لعبت السياحة دوراً مهماً في تنويع اقتصاد إماراتي دبي وأبوظبي منذ تسعينيات القرن الماضي، وهي من أكبر القطاعات الاقتصادية وأكثرها نموا ويمكن أن تلعب دورا أكثر أهمية عن طريق خلـق فـرص عمل أكثر (دائرة السياحة والتسويق التجاري، الدليل السنوي، 2007)

وشهدت إمارتا دبي وأبوظبي ازدهاراً كبيراً في قطاع السياحة شمل مختلف المرافق السياحية من فنادق ومطاعم ووسائل ترفيه وتسلية تخدم القطاع السياحي، وبالتالي فقد حقق القطاع السياحي إنجازات مهمة عن طريق بناء صناعة سياحية متكاملة بمفهومها النظري والشامل وقطاع إنتاجي واضح المعالم، وأصبحت السياحة تحظى باهتمام خاص كمصدر رئيس

من مصادر الدخل، وبدأ هذا القطاع ينافس في عوائده القطاعات الإنتاجية الأخرى، وقد برز هذا التطور من خلال تطور أعداد السياح الذين يتوافدون إلى الإمارتين على مدار العام، إما على شكل سياحة تقليدية للتعرف والاستجمام أو على أشكال عصرية ومتطورة من خلال السياحة الرياضية بمجالاتها المتعددة أو سياحة المؤتمرات والمعارض (دائرة السياحة والتسويق التجاري،2006، على الموقع الالكتروني(http:www.dubaitourism.co.ae,16-7-2008).

وتُعد دولة الإمارات العربية المتحدة من المناطق الهامة والمؤثرة على خريطة السياحة العالمية، حيث تتمتع ببنية سياحية متطورة ووسائل جذب متقدمة وشبكة كاملة من المرافق السياحية المتنوعة التي تلبي حاجات ورغبات السياح، كما أنها تمتلك خدمات متطورة في المجال الفندقي والاتصال التقني السريع والنقل المريح والمنتظم التي تشجع السياح على ارتيادها، كذلك إقامة الأسواق الحرة في المنافذ البحرية والجوية واعتدال تكاليف الإقامة وأسعار البضائع، ما يوفر فرصة للإقامة لأطول فترة ممكنة والتسوق في الأسواق والمراكز بأسعار معتدلة نتيجة لانعدام الضرائب وانخفاض الرسوم الجمركية (آل ربيعه، 2007، ص42).

ويعد التسوق في دولة الإمارات العربية المتحدة أحد أهم الأنشطة التي تجذب السياح من مختلف أنحاء العالم لكونها مفتوحة على دول العالم، وخالية من الضرائب التي عادة ما ترهق كواهل الكثيرين من السياح، ومستوى الأسعار معقول جدا لمختلف أنواع السلع والمنتجات المتوافرة فيها بدءا من أحدث الأجهزة الإلكترونية ذات العلامات التجارية العالمية الشهيرة حتى المشغولات العربية التقليدية، إضافة إلى أشكال عديدة من المجوهرات الذهبية الثمينة بأسعار لا تضاهى، حيث إن نجاح دولة الإمارات جعلها مثالا حيا للتفوق السياحي وقاعدة انطلاق

حضاري للشرق والغرب، حتى باتت نافذة للاستثمارات الدولية (دائرة السياحة والتسويق التجاري، 2008، على الموقع الإلكتروني (www.dubaitourism.co.ae,16-7-2008).

2-2-3 مقومات تجارة الأعمال

تمثل دولة الإمارات العربية المتحدة حاليا المعبر المثالي للشركات العالمية، التي تدرك أهمية التوسع الأفقي للأعمال التجارية وتغطيتها لأبرز الأسواق في المنطقة، حيث يتوقع دخول عدد كبير من المستهلكين في سوق الاستهلاك العالمي في القرن الحادي والعشرين، وعلى الرغم من أن البترول لعب دوراً أساسياً في تطوير دولة الإمارات العربية المتحدة منذ أواخر الستينات، إلا أن القطاع غير النفطي يسهم الآن بما نسبته 64% من الناتج المحلي الإجمالي، بالإضافة إلى ازدياد معدلات النمو في قطاعات التصنيع والسياحة والخدمات، الأمر الذي ساعد في خلق اقتصاد متوازن ومتنوع ومع ذلك تظل التجارة قوام حياة الأعمال في دبي وأبوظبي كما كانت عليه في الحقب السابقة (الهيئة العامة لجمارك دبي، 2007).

تقع دولة الإمارات العربية المتحدة باعتبارها مركز أعمال إقليمي، في موقع استراتيجي عند ملتقى الشرق الأقصى وأوروبا في الطريق التجاري الذي يربط بين الشرق والغرب، وكذلك بين الاتحاد السوفيتي سابقا وإفريقيا في المحور من الشمال إلى الجنوب، ويرتبط مطار دبي المصنف كواحد من أكثر المطارات العالمية في نسبة الإشغال وحركة الترانزيت، بأكثر من مائتي وجهة تستخدم 130 شركة طيران، أما مؤسسة الموانئ والجمارك والمنطقة الحرة (سلطة موانئ دبي) التي تدير موانئ جبل علي وميناء راشد، تعتبر الأكثر تميزا من نوعها في جميع أنحاء المنطقة من ناحية ما تقدمه من التسهيلات والكفاءة(الهيئة العامة لجمارك دبي، 2007).

نستنتج أن دولة الإمارات العربية المتحدة تشكل عصب التجارة في المنطقة ومركزاً هاماً للأعمال والمشاريع، فالمناخ الاستثماري في الدولة مناخ جيد أسهم بشكل كبير في نجاحها في القطاعات التجارية والاستثمارية والسياحية نتيجة توافر التسهيلات التالية:

1- توافر الفرص الاستثمارية الجيدة وحرية حركة رأس المال.

2- حرية تحويل العملات الأجنبية واستقرار أسعار صرف العملات.

3- انخفاض رسوم المياه والكهرباء ومشتقات الوقود والغاز والإيجارات.

4- عدم وجود ضرائب على رؤوس الأموال والدخل الشخصي.

5- توافر التجهيزات الحديثة في وسائل النقل والاتصالات.

6- انخفاض أجور العمالة شبه الماهرة.

7- عدم وجود معوقات روتينية أمام تدفق الاستثمارات.

8- التسهيلات المختلفة المقدمة من حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة.

يتمتع قطاع التجارة الخارجية لدولة الإمارات العربية المتحدة، بالعديد من الميزات التنافسية التي جعلته قادرا على مواجهة المنافسة التي تفرضها العولمة في قطاع التجارة، وقد أسهمت حزمة البرامج الاقتصادية والتشريعية والإدارية التي تبنّتها الإمارات وتوقيعها لاتفاقيات ثنائية مع عدد من الشركاء التجاريين، في تكوين قاعدة متينة لتعزيز مكانتها التجارية على المستوى العالمي، وفي تعزيز الصادرات الإماراتية إلى الأسواق العالمية، كما أسهم عدد من العوامل الاقتصادية والسياسية والتجارية والطبيعية والجغرافية، فضلاً عن سياسات الانفتاح والقوانين الاقتصادية والتجارية المرنة، في تقليل الاعتماد على الموارد النفطية(www.newstin.ae/tag/ar,22-1-2009).

2-2-4 المقومات الاستثمارية

يعتبر الاستثمار ركيزة أساسية يتوقف عليها معدل النمو الاقتصادي، فهـو يـسهم فـي تحقيق الأهداف العامة للتنمية ويؤدى إلى ارتفاع معدل الإنتاجية والدخل، ويتوقـف الاسـتثمار على الطاقة الاستيعابية للاقتصاد أي قدرة الاقتصاد على امتصاص الإنفاق الاستثماري دون أي آثار جانبية تعيق عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، والمناخ الاستثماري في دولة الإمارات العربية المتحدة من العناصر الأساسية المهمة التي يعتمد عليها قطاع التجارة الخارجية، حيـث وفرت البنى التحتية العديد من الفرص الاستثمارية المغرية للمستثمرين للقدوم إلـى الإمـارات والبدء بمشروعاتهم الاستثمارية (www.dubaitourism.co.ae,16-7-2008).

ويتمتع اقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة بمزيج من المزايا التي تتعلـق بالتكلفـة والسوق والبيئة ويتيح مناخاً مثالياً وجذاباً للاستثمار سواء للشركات الوطنية أو الأجنبيـة، هـذه المزايا وضعت إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين، وفي مقدمة اقتصاديات الـسوق المستقر والمزدهر، وقد اشتهرت دولة الإمارات العربية المتحدة بتقاليدها العريقة والراسخة في التجارة والنشاط البحري وكانت محورا تجاريا ورئيسا في الشرق الأوسـط، وفـي الـسنوات الأخيرة غدت دولة الإمارات العربية المتحدة مقـرا للعديـد مـن النـشاطات والاجتماعـات والمؤتمرات والمعارض، **وفيما يلي بعض العوامل التي أسهمت في نجاح تجربة إمارتي دبـي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين**:

2-2-4-1 الموقع الاستراتيجي المتوسط بين قارات العالم

أسهم الموقع الاستراتيجي لدولة الإمارات العربية المتحدة في تسهيل عمليـة الوصـول إليها، فالموقع المتوسط جعلها بوابة الدخول إلى سوق يمكن وصفه بأنه شاسع وكبير، كمـا أن علاقاتها التجارية تقوم على الاتصال مع دول تشمل الخليج العربي والشرق الأوسـط وشـرقي البحر المتوسط ودول الكومنولث المستقلة وآسيا الوسطى وإفريقيا وشبه القارة الهنديـة وهـذه المناطق مأهولة بالسكان، بالإضافة إلى توافر إمدادات كبيرة من موارد الطاقة والغاز وبأسـعار زهيدة (آل ربيعه، 2007، ص43).

2-2-4-2 توافر مستلزمات الإنتاج وموارد الطاقة

يفيد تقرير (الهيئة العامة للاستثمار، 2008) أن دولة الإمارات العربية المتحدة نجحت فـي تهيئة بيئة استثمارية نموذجية يتوافر فيها جميع عناصر النجاح، وذلك من خـلال بنيـة تحتيـة نموذجية توفر أحدث ما وصلت إليه التكنولوجيا العالمية في المجالات التقنية والطـرق والنقـل والبناء والسياحة، بالإضافة إلى تطبيق ثقافة الخدمة المتميزة وعلى أرقى مستوى، حيث تعمـل دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال الاستثمارات على تنمية القطاعات المختلفـة والعمـل على تنمية الاستثمارات المحلية وجذب الاستثمارات الأجنبية، من خلال ما تقدمه للمـستثمرين من مستلزمات الإنتاج ومزايا وتسهيلات تجعل المناخ الاستثماري أكثر ليونة وسهولة ومنها:

1. توافر مصادر الطاقة.
2. توافر رأس المال وهو أحد عناصر الإنتاج الأساسية اللازمة للتصنيع.
3. توافر مدن صناعية متخصصة ومجهزة ببنية تحتية أساسية.
4. حرية التجارة بدون عوائق وحرية تحويل العملة.

5. برامج لدعم إنشاء المشروعات ذات الجدوى الاقتصادية الجيدة والتـي تتمتـع بميـزة تنافسية واضحة.
6. تقوم دبي بتشجيع المنظمات الدولية على إعداد دراسات فـرص اسـتثمار لعـدد مـن المشاريع وتقوم بالترويج لها.
7. إصدار الإعفاءات الجمركية للمواد والمعدات والآليات المستقدمة من قبل المصانع مقابل 5% من القيمة.
8. إعفاء المواد الأولية والمعدات الصناعية ومساعدات الإنتاج من الرسوم الجمركية.
9. توافر صناديق وبرامج تمويل لدعم المشاريع الصناعية والعامل المساعد هو توافر رأس المال الذي يعد أحد عناصر الإنتاج الأساسية اللازمة للتصنيع.
10. اعتماد مواصفات عالمية في الإنتاج.

2-2-4-3 الاستقرار السياسي والاقتصادي والأمني

تتطلب حركة رؤوس الأموال بين الدول استقرارا سياسيا واقتصاديا وأمنيا وذلك من أجل ضمان نشر الاطمئنان المناسب لدى أصحاب رؤوس الأموال، وإن عدم الاستقرار السياسي يخلق حالة من عدم التأكد بين التجار والمستثمرين، النظام السياسي بدولة الإمارات العربية المتحدة بشكل عام يمتاز بدرجة كبيرة من الاستقرار السياسي والمالي والنقدي، ويدعم هذا الاستقرار دستور واضح، وثبات في السياسات الاقتصادية التي تعمل على تعزيز النظام المصرفي المتطور والمتقدم، توفر تسهيلات ائتمانية واسعة وسيولة مالية وفيرة، بالإضافة إلى ان أسواق رأس المال الناشئة تقوم على أساس من الأنظمة التكنولوجية المتقدمة.

إن تمتع دولة الإمارات العربية المتحدة بالاستقرار السياسي والاقتصادي والمالي، جعلها مفتوحة للتعامل التجاري مع جميع دول العالم ما عدا إسرائيل، وهي مستقرة وآمنة، حيـث إن الأعمال التجارية والمشروعات في دبي لا تتأثر بالأحداث والمشكلات التي تحصل في المنطقة، ففي الوقت الذي تنتشر فيه البطالة بين الشباب وينتشر التطرف الديني، وتكثر فيـه المـشكلات والاضطرابات في منطقة الشرق الأوسط والعالم، فإن دولة الإمارات العربية المتحدة تحقق نمواً اقتصادياً بنسبة تزيد على 10% سنوياً (آل ربيعه، 2007، ص41).

2-2-4-4 تنوع الثقافات وتعدد الجنسيات

تحتل دولة الإمارات العربية المتحدة موقعاً استراتيجياً بين القارات الثلاث أوروبا وآسيا وأفريقيا وتجتذب ما يقارب من 5 ملايين مستثمر وسائح سنوياً، كما يوجد فيها أكثر مـن 200 جنسية وثقافة ذات عادات وتقاليد مختلفة تعيش معاً وتتبادل الخبرات مع بعضها بعضا بما يسهم في إنشاء بيئة طبيعية نابضة بالحياة، كما أن حرية الأديان مسموحة، حيـث توجـد الكنـائس والمعابد حتى لغير الأديان السماوية ليحتفلوا بأعيادهم ومناسباتهم (دائرة الـسياحة والتـسويق التجاري دبي، على الموقع الإلكتروني(www.dubaitourism.co.ae, 16-7-2008).

2-2-4-5 قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية

تشكل قوانين تشجيع الاستثمار إطار عمل قانوني راسخ وثابت للـشركات ومجموعـة واضحة من قواعد الملكية، حيث تجيز القوانين للأجانب حق التملك بنسبة تصل إلى غاية 49% من أسهم الشركات ذات المسؤولية المحدودة التي يتم تأسيسها داخل دولـة الإمـارات العربيـة

المتحدة، وتصل هذه الحقوق إلى غاية 100% للشركات المهنية والفروع التابعة لهـا ومكاتـب التمثيل للشركات الأجنبية ومشاريع المناطق الحرة.

وتعتمد دولة الإمارات العربية المتحدة نظاما اقتصاديا حراً ومفتوحاً يعمل على اجتذاب المستثمرين والشركات، وقد بقي التحكم والسيطرة من قبل الحكومة علـى نـشاطات القطـاع الخاص في حده الأدنى، حيث انعدمت الضرائب المباشرة على أرباح الشركات أو على الـدخل الشخصي، عدا شركات النفط التي تدفع معدلاً ثابتاً مقداره 55%، وفروع البنوك الأجنبية التـي تدفع معدلاً ثابتاً مقداره 20% من صافي الأرباح المتحققة جراء التعامل داخل دولة الإمـارات العربية المتحدة، أما الرسوم الجمركية فتبلغ 4% مع وجـود إعفـاءات كثيـرة، كمـا يـسمح بتحويل100% من رأس المال والأرباح، ولا توجد قيود على صرف العملات الأجنبيـــة والحصص التجارية ويوجد سعر صرف ثابت بين الدولار الأمريكي ودرهم الإمارات، بالاضافة إلى عدد من الحوافز التشجيعية والسياسات التي تسمح بإصدار تأشيرات الدخول لجاب العمـال الأجانب ذوي المهارات المختلفة من جميع أنحاء العالم (دائرة التنمية الاقتصادية دبي، الكتـاب السنوي،2007).

2-2-4-6 بيئة الأعمال ومناخ الاستثمار

يعد مناخ الأعمال الحر الخالي من كافة أشكال التدخل من العوامل المثاليـة المـساعدة على نجاح المشاريع، ولا يوجد بدولة الإمارات العربية المتحدة حاليا قيود على حركة تـدفقات الأموال من أو إلى الخارج، وترتبط ببيئة الأعمال المناسبة، بمدى معقولية النظام الضريبي على

الأرباح والدخول، إذ غالبا ما يسعى الاستثمار الأجنبي نحو المنـاطق التـي تتـسم بانخفـاض معدلات الضريبة على الدخول بها.

وأشارت (الهيئة العامة لجمارك دبي، 2007) إلى أن القوانين والتشريعات المتطورة واللوائح والنظم الواضحة ذات الصلة بأنشطة الاستثمار وأنشطة القطاع التجاري تمثل أحد المقومات الأساسية لبيئة الأعمال وجذب رؤوس الأموال، كما أن تطوير البيئة التنظيمية وخلق مناخ جاذب للشركات الأجنبية على اختلاف أنواعها، وتبسيط النظم والإجراءات الإدارية الأخرى المرتبطة بمزاولة النشاط، تعتبر أمرا مهما في استقطاب الاستثمارات الأجنبية، بالإضافة إلى الأطر القانونية التي تعد احد المتطلبات الأساسية لتحسين بيئة الأعمال، ويمكن تقسيم الأطر القانونية إلى ما يلي:

1- أطر قانونية عامة وترتبط بالنظم والإجراءات الخاصة بإبرام وتنفيذ العقود، وقوانين الإفلاس، وقانون العمل والإجراءات الخاصة بتعيين وإنهاء عقود العمال، واتفاقيات ضمان الاستثمارات على المستويين الإقليمي والدولي.

2- أطر قانونية خاصة مثل تعديل نظم التراخيص بما يساعد على جذب أكبر عدد من المؤسسات داخل الدولة، بحيث تركز أساسا على حسن أداء النظام.

وتُعد دولة الإمارات العربية المتحدة مقرا جاذبا لاستقطاب الاستثمارات الأجنبية وتتفوق على كثير من دول العالم، بكثير من المميزات منها اقتصادها الحر ونظامها القـضائي العـادل وعدم فرض ضرائب على الاستثمارات، وتنعدم فيها العوائق التجارية وتتسم بمرونة القـوانين الحكومية التي تشجع على جذب الاستثمارات في كافة القطاعات، كما أنها تسمح بحرية حركـة

رؤوس الأموال وتقدم للشركات الوافدة خدمات ممتازة لإقامة أعمال تصنيع وتوزيع، بالإضـافة إلـى أنهـا مـن أكثـر الـدول أمانـاً بالعـالم وتتميـز بتـدني معـدل الجريمـة (www.newstin.ae/tag/ar,19-3-2009).

2-2-4-7 مؤسسات الضيافة المتمثلة في الفنادق والمطاعم وشركات السياحة والسفر

نظراً لتنامي السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة فقد ازدادت الصناعة الفندقية بشكل كبير حيث بلغ عدد فنادق إمارة دبي 267 فندقا تحتوي على33524 غرفة، بالإضافة إلى6904 شقق سكنية، كما يتوافر في دبي عدد من الفنادق الفخمة والمنشآت الفندقية ذات الأسعار المناسبة والفنادق الراقية ذات المستوى العالمي، وتوفر الفنادق جميع الخدمات والتسهيلات المطلوبة، وهى فنادق من أعلى مستويات الفنادق على مستوى العالم مثل فندق برج العرب والذي يتكون من 26 طابقاً بارتفاع 321 متر، وقد تمكنت إمارة دبي من اجتذاب نحو 3.6 ملايين زائر في العام 2008 لتحتل مركزا متقدما بين مناطق الجذب السياحي في العالم العربي (دائرة السياحة والتسويق التجاري، 2006، على الموقع الإلكتروني www.dubaitourism.co.ae)، وتمتلك أبوظبي 117 فندقا فئة الخمس والأربع نجوم، إضافة إلى العديد من المرافق السياحية مثل جزيرة السعديات، ومطاعم وشاطئ السفن، وشاطئ الراحة (http:www.adm.gov.ae,19-3-2009).

2-2-4-8 أماكن التسوق المتمثلة بالمجمعات والأسواق التجارية والبنوك

يعد التسوق من أكثر معالم الجذب السياحي في دولة الإمارات العربية المتحـدة فهنـاك العديد من مراكز التسوق الحديثة التي تتوزع في جميع أرجاء الدولة وذلك لراحة المتـسوقين،

كما تعتبر المراكز التجارية محركاً رئيساً للسياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة، لذلك فقـد شهدت دولة الإمارات العربية المتحدة نهضة اقتصادية وتجارية وعمرانية هائلة جعلـت منهـا محط أنظار رجال الأعمال والاقتصاديين والسياح الذين يفدون إليها من شتى بقاع الأرض بحثا عن فرص الاستثمار في المشروعات الصناعية والاقتصادية أو لقضاء أوقات جميلة فـي أحـد مواقعها السياحية وفنادقها العالمية، التي توفر الخدمات المميزة والـسعر الـرخيص والأجـواء الآمنة (www. Al-jazirah .com,1-3-2009).

كما أن إقامة المهرجانات السنوية عملت على استقطاب أعداد كبيرة من السياح، ويلعب مهرجان دبي للتسوق دوراً أساسياً فـي التـسويق والتـرويج للمرافـق الترفيهيـة العملاقـة والمشروعات الجديدة التي تعنى بصناعة الترفيه العائلي في دبي، كما أصبحت دبي المـستودع التجاري الذي يستقبل البضائع من كافة أرجاء العالم لإعادة تصديرها إلى دول الخليج والـشرق الأوسط وآسيا والشرق الأقصى المترامي الأطراف(www. Al-jazirah .com,1-3-2009).

وبدأت دبي بناء مجمعات استثمارية لاستقطاب الاسـتثمارات الأجنبيـة كمدينـة دبـي للإنترنت ومدينة دبي للإعلام ومدينة دبي الصناعية ومدينة دبي الطبية ومدينة دبـي للخـدمات اللوجستية والمنطقة الحرة بجبل علي إلى جانب عدد من المشاريع التنموية الضخمة كمـشروع دبي وورلد سنترال، كما أن وجود المنشآت والتسهيلات الرياضية جعل دبي وأبوظبي مركـزا هاما للأنشطة الرياضية الإقليمية والدولية, حيث استضافت العديد من هذه النشاطات كـسباقات الهجن والخيول والزوارق الشراعية السريعة والسيارات وغيرها.

3-2 أهم المؤشرات الاقتصادية في تقييم تجربة إمارتي دبي وأبوظبي

هناك العديد من المؤشرات الاقتصادية في تقييم تجربة إمارتي دبي وأبوظبي أهمها:

1- تتميز دولة الإمارات العربية المتحدة بموقعها الجغرافي في ملتقى الطرق البحرية والجوية والبرية بين دول الشرق الأوسط والشرق الأقصى والدول الأوروبية والإفريقية، وانعدام الضرائب وانخفاض الرسوم الجمركية والعديد من الإعفاءات الأخرى علاوة على توفير بنية تحتية ووسائل اتصالات قوية، الأمر الذي جعلها مركز جذب سياحي بمنطقة الشرق الأوسط، بالإضافة إلى ان الموقع الاستراتيجي أسهم في انتقال الكثير من الصناعات إليها لتلبية احتياجات السوق وبأقصى سرعة ممكنة، فالوقت اللازم للتوريد يعد من العوامل الحاسمة في العملية الإنتاجية.

2- وجود عامل طبيعي يتمثل بالخور الذي يشطر جزءاً كبيراً من مدينة دبي مشكلاً معبراً مائياً لسفن وقوارب الشحن الصغيرة، مما ساعد على تنشيط الحركة السياحية بين دبي والدول المجاورة، وتسعى بلدية دبي إلى حماية هذا الممر المائي من العوائق وإزالة الترسبات ليبقى سالكاً أمام الملاحة البحرية.

3- الكفاءة الإدارية والنوعية والتقنية العالية لمطار دبي الدولي وخاصة بعد مرحلة التوسع الجديدة والذي شمل مجمعاً ضخماً للخدمات والتسهيلات لتلبى احتياجات المسافرين ورجال الأعمال لترفع الطاقة الاستيعابية إلى15 مليون مسافر.

4- توفر السوق الحرة لمطار دبي الدولي التي تستوعب حوالي ثلث مبيعات الأسواق الحرة في منطقة الشرق الأوسط، حيث تتمتع الأسواق الحرة بمنطقة الشرق الأوسط بحصة تبلغ 3% من إجمالي مبيعات الأسواق الحرة عالمياً، وتلعب السوق الحرة دوراً فعالاً في رعاية الفعاليات والمهرجانات الرياضية والاجتماعية المحلية والإقليمية والعالمية.

5- توافر عنصر الأمان والاستقرار الاقتصادي والسياسي في دولة الإمارات العربية المتحدة.

6- الظروف المناخية الجيدة خلال معظم أيام السنة، مما يساعد على ممارسة الأنشطة السياحية المختلفة، كما أن اعتدال درجة الحرارة لمدة ثمانية شهور في السنة، تمتد من شهر أيلول والى غاية نهاية شهر نيسان تعمل على تنشيط الحركة السياحية في دولة الإمارات العربية المتحدة.

7- توافر الإمكانات الرياضية في دولة الإمارات العربية المتحدة تعتبر إحدى عوامل الجذب السياحي وتسهم الأحداث الرياضية الرئيسة التي تقام في دولة الإمارات العربية المتحدة في جذب أعداد كبيرة من السياح، فلقد استضافت دولة الإمارات العربية المتحدة عدداً من الفعاليات الرياضية سنوياً مثل السنوكر والتنس والشطرنج والبولينج والتي تقام برعاية السوق الحرة وطيران الإمارات، وتوفر نوادي الجولف التي تستقطب أثرياء العالم ورجال الأعمال، وإقامة سباقات الزوارق السريعة وسباقات الخيول المحلية والدولية، ورياضة التزحلق على الرمال.

8- وجود فندق برج العرب من فئة السبع نجوم والذي يعتبر إحدى عجائب الصناعة السياحية في العالم.

9- توافر العوامل البيئية الطبيعية حيث تقع دبي على خليج مغلق تقل فيه التيارات والأمواج التي تشكل خطراً على السفن والملاحة البحرية، مما يعطي للقوارب والسفن الأمان بأن تبحر باتجاه دبي، حيث تشكل السياحة البحرية نسبة عالية في إمارة دبي.

10- أما فيما يتعلق بقطاع التجارة الخارجية فهناك عناصر قوة يتمتع بها القطاع التجاري في دولة الإمارات العربية المتحدة، تمنحه ميزات تنافسية تنعكس على إمارتي دبي وأبوظبي وتتمثل هذه العناصر في:

أ- قيام دولة الإمارات العربية المتحدة بتبنّي حزمة من البرامج الاقتصادية والتشريعية والإدارية، هذه الحزم أسهمت في تكوين قاعدة متينة لتعزيز مكانة دولة الإمارات العربية المتحدة تجارياً على مستوى العالم.

ب- قيام دولة الإمارات العربية المتحدة بتوقيع عدد من الاتفاقيات الثنائية مع بعض الشركاء التجاريين الرئيسين لتعزيز الصادرات الإماراتية إلى الأسواق العالمية، ومواجهة المنافسة التي تفرضها العولمة في قطاع التجارة.

ج- يعد المناخ الاستثماري في دولة الإمارات العربية المتحدة من حيث البيئة التشريعية والقانونية والإدارية، من العناصر الأساسية المهمة التي يعتمد عليها قطاع التجارة الخارجية، حيث وفرت تلك البنى التحتية العديد من الفرص الاستثمارية المغرية للمستثمرين للقدوم إلى دولة الإمارات العربية المتحدة والبدء بمشروعاتهم الاستثمارية.

د- أسهمت سياسات الانفتاح والقوانين الاقتصادية والتجارية المرنة، في تحقيق إنجازات عدة، ومن دون شك فإن اهتمام دولة الإمارات العربية المتحدة بالتجارة أسهم في تقليل الاعتماد على الموارد النفطية.

المبحث الثاني

المزيج التسويقي الخدمي

2-4 عناصر المزيج التسويقي الخدمي

يعد المزيج التسويقي من أهم العناصر التي تقوم عليها أي استراتيجيه تسويقية، وإن المزيج التسويقي الخدمي يمثل على أرض الواقع الاستراتيجية التسويقية الشاملة (Holistic Marketing Strategy) التي تخططها وترسمها الإدارة العليا في المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إماراتي دبي وأبوظبي، وإن إهمال أي عنصر من عناصر المزيج التسويقي سيؤدي إلى فشل البرامج التسويقية للمؤسسة الخدمية (معلا ب، 2007، ص 18).

وبما أن المزيج التسويقي بمفهومه التقليدي يصلح للمؤسسات الربحية، ويقتصر على أربعة عناصر تتمثل بـ(المنتج، السعر، الترويج، التوزيع)، فان هذا النموذج قد تعرض إلى العديد من الانتقادات كونه لم يتطرق إلى الخدمات التي تتسم بدرجة عالية من اللاملموسية، وبالتالي فإنه ينبغي التوجه إلى مدخل جديد يتلاءم مع طبيعة الخدمات الفريدة وإلى مزيج تسويقي يختص بقطاع الخدمات (الحمد، 2001، ص91).

ونظرا لعدم ملاءمة عناصر المزيج التسويقي الأربعة للخصائص والميزات التي تتصف بها الخدمات وعدم انطباقها على الخدمات، كونها لا تلبي معظم احتياجات ممارسي النشاط التسويقي في قطاع الخدمات، فقد قام العديد من الباحثين والدارسين بتكييف المزيج

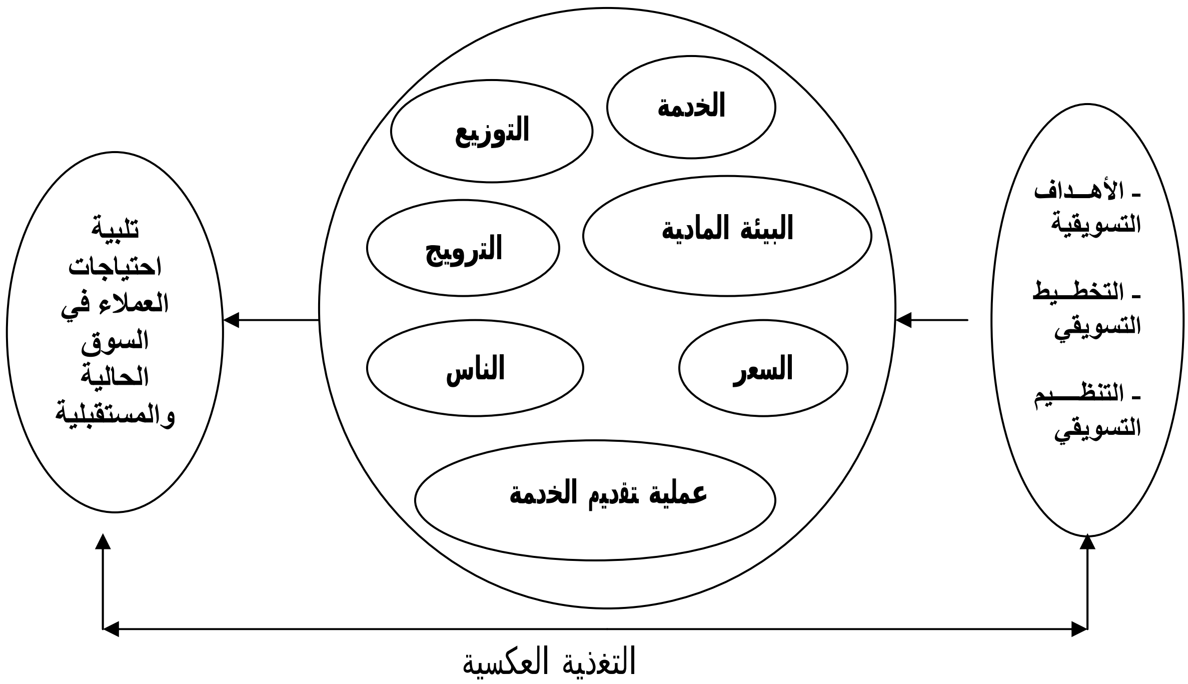
التسويقي التقليدي ليتلاءم مع الحاجات والمتطلبات الخاصة بقطاع الخدمات، حيث أضيف ثلاثة عناصر إضافية هي (الناس وعملية تقديم الخدمة والبيئة المادية) ليـصبح المـزيج التـسويقي الخدمي يتكون من سبعة عناصر (دعبول، 2003، ص70).

يهدف التسويق الخدمي لتحقيق رغبات وحاجات المستهلكين المستهدفين، مما يـستدعي من المؤسسات الخدمية التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية فـي إمـارتي دبي وأبوظبي، القيام بتبني استراتيجيات تسويقية فـي الـسوق المـستهدف، وأن تكـون هـذه الاستراتيجيات ضمن محاور وأطر تحقق هذه الأهداف، وبما يتلاءم مع خصائص الخدمات التي تنوي هذه المؤسسات تسويقها من المزيج التسويقي الخدمي بعناصره الـسبعة، والتـي تمثـل المحاور الرئيسة في الاستراتيجية التسويقية لهذه المؤسسات، وأن درجة تكامل هذه العناصر تتم من خلال هذا المزيج الذي يمكن تكييفه وتطبيقه وفقا للأوضاع السائدة في السوق.

والمزيج التسويقي هو مجموعة من الأدوات التسويقية التي تستخدمها المنـشاة لتحقيـق أهدافها التسويقية في السوق المستهدفة (Kotler , 2006, P:125). ويتكون المزيج التسويقي الخدمي الذي تتبناه المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاسـتثمارية والـسياحية فـي إمارتي دبي وأبوظبي من العناصر التالية: الخدمة, السعر, التوزيع, التـرويج, البيئـة الماديـة للمؤسسة الخدمية, الناس, عملية تقديم الخدمة.

تستند العملية التسويقية المتكاملة على مجموعة من الأنشطة والأدوات التـسويقية التـي تستخدمها وتتحكم فيها إدارة المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية

في إمارتي دبي وأبوظبي في تحقيق أهدافها التسويقية، بحيث تضمن وصول الخدمات وانسيابها إلى الأماكن التي يتواجد بها متلقي هذه الخدمات، وبما يلبي احتياجاتهم ورغباتهم ويحقق الربح المطلوب لهذه المؤسسات في السوق المستهدف، بمعنى أن العملية التسويقية المتكاملـة تـشمل العمليات التي تتم ضمن بيئة تسويقية تهدف إلى توفير الخدمات التي تلبي حاجـات ورغبـات العملاء، بالطريقة التي تحقق أقصى مستوى من رضا هؤلاء العملاء من جهة وفي تعظيم أرباح المؤسسة من جهة أخرى، ويوضح الشكل (2-1) العملية التسويقية المتكاملة.



الشكل (2-1)

العملية التسويقية المتكاملة

المصدر: احمد، محمود احمد، (2001)، **<u>تسويق الخدمات المصرفية: مدخل نظري تطبيقـي</u>**، عمان: دار البركة للنشر والتوزيع، ص101.

2-4-1 المنتج الخدمي

تُعد الخدمة من العناصر الأساسية في عملية تسويق الخدمات، وهـي تمثـل المحتـوى المنفعي الموجه لتحقيق حاجات ورغبات العملاء، وتعرف الخدمة بأنها شيء يحمل خـصائص وصفات غير ملموسة يمكن عرضها في السوق لجذب الانتباه ويمكن لهذا الشيء تلبية حاجـات ورغبات إنسانية وقد تكون مادية أو خدمية (Kotler and Keller ,2006, p:233).

وحيث إنه لابد من وجود خدمة جيدة تنال رضا وثقة العملاء، لذلك فإن صياغة وتصميم سياسة تسويق الخدمات يجب أن تؤدي إلى تحقيق التوافق بين الخـدمات المقدمـة واحتياجـات العملاء، حيث إن نجاح أي شركة وزيادة قدرتها التنافسية يتوقف على مدى فاعليتها في تحقيـق هذا الهدف، كما أن عناصر المزيج التسويقي الخدمي الأخرى في المؤسسات التي تعمـل فـي الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، تعتمد بشكل أساسي علـى وجود خدمة تتوجه نشاطات الشركة لتسويقها.

وتعبر الخدمة عن الأنشطة والفعاليات الخدمية التي تقدمها المؤسسات التي تعمـل فـي الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبـوظبي لغـرض تلبيـة حاجـات ورغبات العملاء، وتتطلب الخدمة من المؤسسات أن تعير اهتماما كبيرا ومكثفا لعـدة جوانـب تتعلق بالخدمة وأهمها جودة وتميز هذه الخدمات، وتتكون الخدمة من مجموعه مـن العناصـر المادية وغير المادية التي تشكل المضمون المنفعي للعميل الذي يحقق بـدوره إشـباع حاجاتـه المتعددة وتلبية متطلباتها (الحمد،2001، ص97).

2-4-1-1 مفهوم الخدمة

تُعد خدمة العملاء مهمة جدا من أجل ضمان تقليـل الفجـوة بـين توقعـات العمـلاء وإدراكاتهم للخدمة، وإن إدراك العميل لأي درجة ممكن أن تكون الخدمة المقدمـة مـن قبـل المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبـوظبي تتطابق أو تفوق توقعاته، وإن الخدمة على أنها أنشطة أو فعاليات اقتصادية غير ملموسة وهـي سريعة الزوال نسبيا وتمثل نشاطا أو أداء يحدث من خلال عملية تفاعل هادفة إلى تلبية توقعات العملاء وإرضائهم, إلا أنها عند عملية الاستهلاك الفعلي ليس بالضرورة أن ينـتج عنهـا نقـل للملكية(Pride and Ferrell, 2006,P:374) (Lovelock and Wright , 2002 ,p 14).

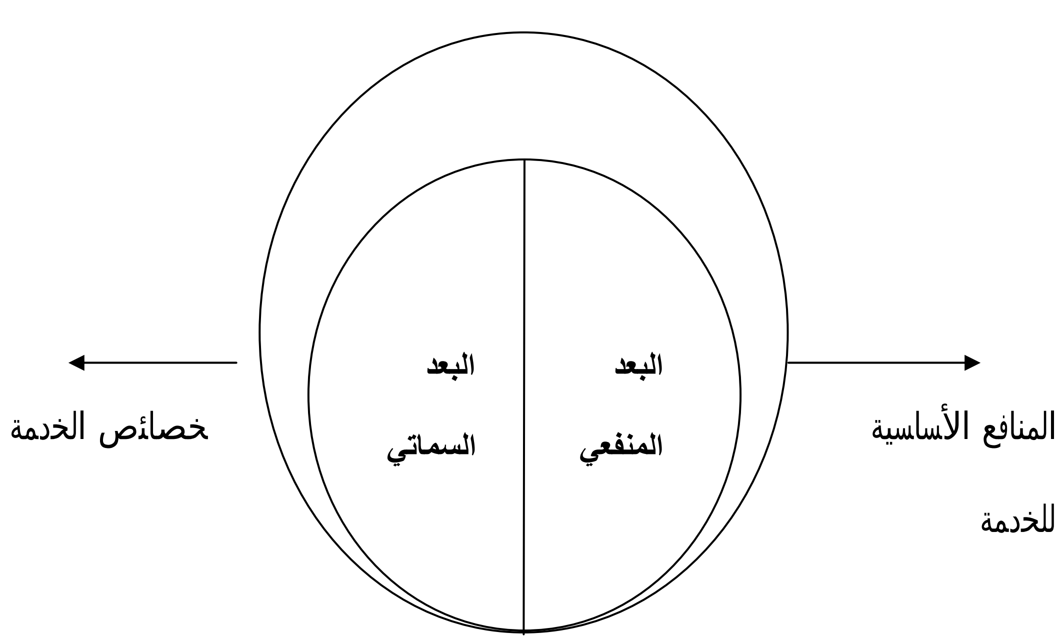
وهناك تعريف آخر للخدمة على أنها منتج غير ملموس وتتضمن أداء عمـل معـين أو جهد ولا يمكن تملكها، ويرى آخرون أن الخدمة نشاط أو منفعة يقدمها طرف إلى طرف أخـر وتكون في الأساس غير ملموسة وغير مادية، وإن إنتاجها قد يرتبط أو لا يرتبط بسلعة ماديـة ولا يترتب على الحصول عليها أية ملكيـة أو حيـازة (Pride and Ferrell, 2006, p:363) (Kotler and Keller ,2006, p:402).

وبنظرة متعمقة إلى التعاريف السابقة يتضح وجود اتفاق تام بينهما حيث تـشترك فـي أن الخدمة نشاط غير ملموس يقدم لمنفعة الآخرين لإشباع حاجاتهم ورغباتهم ولا ينتج عن الخدمـة نقل ملكية كما أن إنتاجها قد يرتبط أو لا يرتبط بسلعة مادية، وان مفهوم الخدمة مـن منظـور أوسع يقوم على مجموعة من العمليات ذات المضمون النفعي للخدمة تتغلب فيه العناصر غيـر الملموسة على العناصر الملموسة والمدركة من قبل المؤسسات الخدمية لتلبيـة حاجاتهـا فـي الخدمة (معلا ب،2007، ص43) ويتجسد هذا المضمون في بعدين أساسيين هما:

1- البعد المنفعي الذي يرتبط بالعميل ويمثل المنافع المادية المباشرة والتي يسعى العميل للحصول عليها من جراء التعامل مع مقدمي الخدمة.

2- البعد السماتي الذي يرتبط بالخدمة نفسها من حيث خصائصها وسماتها والتي يجب أن ترقى إلى مستوى توقعات العميل وإدراكاته.

وبناء على ما تقدم فإنه يمكن النظر إلى الخدمة على أنها حزمة من المنافع الناتجة عن جوانب ملموسة أو غير ملموسة، يسعى العملاء إلى تحقيقها من خلال التعامل مع المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، كما أنه يجب إبراز هذه المنافع بصورة مميزة وبخصائص تثري البعد المنفعي الملموس وترتقي به إلى مستوى تفضيلات العملاء ويوضح الشكل رقم (2- 2) مفهوم الخدمة ببعديها المنفعي والسماتي:



الشكل (2 – 2)

مفهوم الخدمة ببعديه المنفعي والسماتي

المصدر: معلا، ناجي ب (2007)، **الأصول العلمية للتسويق المصرفي**، ط3، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

2-4-1-2 مفهوم جـودة الخدمة

بسبب ازدياد حدة المنافسة في الأسواق ونمو نسبة إسهام القطاع الخدمي في الاقتـصاد الوطني للدول، فقد ازدادت أهمية دراسة جودة الخدمة وأصبح امتلاك ميزة تنافسية هو الأكثـر أهمية في قطاع الخدمات، لذلك اتجهت المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي إلى الاهتمام بالجودة كمطلب رئيس من أجل دخـول عـالم المنافسة الإيجابية ولتحقيق التميز في مواجهة المنافسين وتحقيـق الأربـاح، وبالتـالي تحقيـق الاستمرار والنمو للمؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاسـتثمارية والـسياحية فـي إمارتي دبي وأبوظبي، لأن المخرجات الفعلية للخدمة يحكم عليها العميل بنـاء علـى توقعـات العميل للنتائج أو المنافع التي يحصل عليها جراء الانتفاع بالخدمة، أي ان حكم العميـل علـى جودة الخدمة يكون بمقارنه نتائج الأداء الفعلي مع الأداء المتوقع والمنافع التـي يرغـب فـي الحصول عليها (الضمور، 2004، ص361).

أصبحت جودة الخدمة العالية مطلبا أساسيا للمؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجاريـة والاستثمارية والسياحية في إماراتي دبي وابوظبي، وهذا يتطلب تنسيقاً تاما بين جميـع المهـام الوظيفية في هذه المؤسسات، فلم يعد تحسين جودة الخدمة مقتصراً على دائرة أو قسم معين من الأقسام بل إن ضرورة الاهتمام بجودة الخدمة أصبحت مهمة مشتركة ومسؤولية تقع على عاتق جميع الأقسام في المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي.

لذلك فإن جودة الخدمة تلعب دوراً هاما وفعالا في تصميم الخدمة وتسويقها، وقد أصبح موضوع جودة الخدمة وإدارتها في غاية الأهمية لدى المؤسسات التي تعمل في هذه الأنشطة في إمارتي دبي وأبوظبي، كونها تستخدم من قبل العملاء كواحدة من أهم الأبعاد في تقييم الخدمـة المقدمة لهم (Gilmore, A.2003, p: 15).

تزايدت أهمية جـودة الخدمة المقدمة للعملاء باعتبارها أحد العوامل الهامة في مواجهة المنافسين، فالخدمة ذات الجودة المميزة هي أساس المفاضلة بين عروض مقدمي الخدمة حـين تتشابه هذه العروض، كما أنها تعتبر الركـيزة الأساسية التي يستخدمها العميل في التمييز بـين الخدمات المقدمة فعليا.

وعليه فإن اختبار الجودة هنا يكون صعبا للغاية! كونه اختباراً للجـودة حال اسـتهلاك الخدمة، فلا يكفي وضع افتراضات وتقديم مقاييس جودة طبقا لافتراضـات بتوقعات العمـلاء، سيما وان الخدمة ترتبط بمقدمها ولا يمكن فصـلها كما هو الحال بالنسبة للسـلع الماديـة التي يمكـن تقييم الجـودة فيها بفحص السلعة موضع البحث (دعبول,2003, ص295).

نستنتج مما سبق أن جـودة الخدمة هي (معيـار لدرجـة تطـابق الأداء الفعلـي مـع توقعـات العملاء لهذه الخدمة) أو بأنها الفـرق بين توقعات العملاء للخدمة وإدراكـاتهم لهـا فهي مفهوم يعكس تقييم العميل لدرجة الامتياز أو التفـوق الكلي في أداء الخدمة.

2-4-1 – 3 خصائص الخدمة

توصف الخدمة بأنها مجموعة من الأنشطة تقدم من طرف إلى آخر وهي غير ملموسة ولا ينتج عنها تملك لشيء وإن تقديمها يرتبط بشخص مقدمها ولتجنب الخلط بين السلع والخدمات، لابد لنا أن ندرك بأن الخدمة ليست شيئا ماديا ولا يمكن تملكها، وبناء على ما تقدم فإن الخدمة تتصف بمجموعة من الخصائص التي تضفي عليها طابعا خاصا تتمثل بما يلي:

أ- **لاملموسية الخدمة** Intangibility بمعنى أن الخدمة غير ملموسة لا ترى ولا تلمس، وصفة اللاملموسية في الخدمات تعني أنه من الصعب قياس وتقييم جودة الخدمة قبل تجربتها، كونها لا تُقيم باستعمال أي من الحواس الخمس قبل شرائها، بل هي تكمن في إدراكات العملاء وتوقعاتهم حول المنافع التي يمكن أن يحصلوا عليها من خلال التعامل مع المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، بحيث يكون لهذه المنافع دلالات عند تقييم العملاء لجودة الخدمة، أما العناصر الملموسة في الخدمة فتتمثل بالجوانب المادية المتوافرة في هذه المؤسسات كالأجهزة والمعدات والتصميم الداخلي وغيرها من التسهيلات الموجودة في البيئة المادية للمؤسسة (Kotler and Keller ,2006, p:405).

ب- تتصف الخدمة **بالتلازمية** Inseparability في الإنتاج والتوزيع أي عدم إمكانية فصل إنتاج الخدمة عن مقدمها أثناء استهلاكها من قبل العملاء، بمعنى أن هناك ارتباطاً وتزامناً وتفاعلاً في إنتاج وتقديم الخدمة وبين الشخص الذي يقدمها وإنه من الصعب فصل الخدمة عن شخصية مقدمها، فضلا عن أن هذه الخدمة تباع ومن ثم يتم إنتاجها واستهلاكها بعكس السلع المادية التي تنتج ثم تباع وتستهلك (الضمور،2004،ص23).

ج- إن الخدمة تتصف **بعدم التجـانس** في مخرجاتها Inconsistency بالرغم مـن أن جوهر الخدمة يوحي بوجود نوع من النمطية Typical في الأداء قد تؤدي إلـى عـدم وجود تنافس بين المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، الأمر الذي يتطلب ضرورة وضع معايير لمـستوى مخرجـات العملية الخدمية وإيجاد مجالات أخرى للتنافس كجودة الخدمة من أجل الحكم عليها مـن قبل العملاء، الذين يستخدمون معايير خاصة بها لتقييم نوعية هـذه الخدمـة، كمـا أن اختلاف تقديم الخدمة يحكمه اختلاف السلوك البشري الذي يشكل جزءاً لا يتجـزأ مـن تقديم الخدمة (Kotler and Keller ,2006, p:406).

د- تتصف الخدمـة **بعـدم قابليـة التخـزين** فهـي ذات طبيعـة **هلاميـة وفنائيـة** Perishability وتنتج عند الطلب فلا يمكن تخزينها للمستقبل بهدف الاستخدام اللاحق أو البيع حيث إن ازدياد درجة اللاملموسية فيها يخفض من فرص تخزينها ويزيد مـن درجة الفنائية (الضمور،2004، ص27).

2-4-1-4 أبعاد جودة الخدمة

تعد جودة الخدمة مفهوماً مركباً ينطوي على مجموعة من الأبعاد التي تـشكل محتـواه المفاهيمي، حيث يقصد بها المعايير المستخدمـة من قبل العملاء للحكم على جودة الخدمـة أو التي تشكل إدراكاتهم لها ، حيث قدم باراسورامان Parasurman وبيري Berry وزيثامل Zeithaml عام 1988 مقياسا لجودة الخدمة مكوناً من خمسة أبعاد أطلق عليها نموذج جـودة الخدمة (سيرف كوال) وهو مقياس متعدد الأبعاد لقياس الجودة يقوم على أساس معرفة الفجـوة

بين ما يدركه المستهلك من الخدمة وبين ما يتوقعه، ويشير هؤلاء الثلاثة إلى وجود أربع فجوات هي:

1- الاختلاف بين ما يتوقعه المستهلك وما تدركه الإدارة من توقعات المستهلك.

2- الاختلاف بين ما تدركه الإدارة من توقعات المستهلكين وبين معيارية الخدمة.

3- الاختلاف بين خصائص جودة الخدمة وما يستلمه فعلا المستفيد منها.

4- الاختلاف بين الخدمة الفعلية وما تم الاتفاق عليه مع المستهلك.

ونموذج سيرف كوال مصمم من أجـل فهم أفضل لتوقعات ومفاهيم العمـلاء لجـودة الخـدمة، وهو ينطبق على نطاق واسع من الصناعات الخدمية، حيث يمكـن تعديلـه بـسهولة ليضع بالاعتبار متطلبات المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والـسياحية، وهذه الأبعاد يبني عليها العملاء حكمهم على جودة الخدمة وبالتالي تُمكن من فهم إدراك العملاء وتوقعاتهم للخدمة بطريقة أعمق، وهذه الأبعاد تشمل (معلا ب,2007, ص63):

أ- الدليل المادي الملموس Physical Evidence وهو يمثل الأشياء المادية الملموسة والمستلزمات الداعمة في بيئة العمل، مثل الأجهزة التقنية الحديثة والمعدات ومـستوى التكنولوجيا والمرافق والتسهيلات المادية التي تتناسب مع نوع الخدمـة التـي تقـدمها المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمـارتي دبـي وأبوظبي، فضلا عن وجود موظفين ذوي هندام حسن.

ب- الاعتمادية Reliability وهي المقدرة على الالتزام بالمواعيـد المحـددة للقيـام بالأعمال وإمكانية الاعتماد على المؤسـسات التـي تعمـل فـي الأنـشطة التجاريـة والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، حيث تعكس جـودة الخدمـة الأداء

الدقيق وقدرة مورد الخدمة على إنجازها بشكل جيد وبالوقت المناسب، كما يتضمن مراعاة ظروف الشركات ومدى المعرفة التي يتمتع بها الموظفون بأصول العمل ومدى الاحتفاظ بالسجلات والقيود.

ج- الاستجابة Responsiveness وهي إخبار العملاء بالوقت الصحيح لتأدية الخدمة والحصول على خدمة فورية والرغبة لدى الموظفين لأداء الخدمة واهتمام الموظفين بتلبية طلبات العملاء، كما تشمل المبادرة إلى مساعدة العملاء والرد على استفساراتهم والحساسية تجاه حاجات العملاء والسرعة في أداء الخدمة وحل المشكلة التي تواجه المستفيد، إضافة إلى السرعة في الرد على الاستفسارات وتقديم العون والمساعدة المطلوبة للعملاء.

د- التوكيد (المصداقية) Assurance وهو مدى وجود موظفين يوثق بهم والشعور بالأمانة في التعامل مع موظفي المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، كما يعني وجود موظفين يتحلون بالأدب والأخلاق الحميدة، إضافة إلى الدعم الذي يتلقاه موظفو المؤسسة الخدمية من إدارتهم وانعكاس ذلك على تقديم خدمة أفضل.

هـ- التعاطف Empathy ويقوم هذا البعد على حسن التعامل ومدى الاهتمام بعميل دون الآخر ومدى معرفة الموظفين بحاجات العملاء ومصلحة العميل ومدى ملاءمة أوقات عمل المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، كما يتضمن درجة العناية بالمستفيد ورعايته بشكل خاص والاهتمام بمشاكله والعمل على إيجاد حلول بطرق إنسانية راقية وبكل ممنونية، وكذلك تشمل سهولة التواصل والاتصال وفهم الزبون من خلال التعرف على احتياجاته وتوفير

الاهتمام الشخصي للعميل، إضافة إلى مدى معرفة وتفهم الموظفين بحاجات الـشركات ومشاكلها ومطالبها وإبداء الاهتمام بحلها.

2-4-1-5 قياس جودة الخدمة

يعتبر مفهوم جودة الخدمة مفهوماً مركباً وصعب قياسه من خلال وسـائل بـسيطة أو عادية، لذلك فقد تعددت وتواصلت الأبحاث والدراسات التي تستهدف قياس توقعات وإدراكـات العملاء لجودة الخدمة، لعـل أبرزها التي قام بها Parasurman ورفاقه حيـث كانت دعوتهم قوية لحاجة المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي لمعرفة عملائها، من خلال أبحاث تركز على توقعات ومفاهيم هولاء الزبائن لجـودة الخدمة وبأنها قابلة للقياس بالرغم من غياب عنصر الملموسية، والتي تجعل من قياسـها غايـة بالصعوبة مقارنة مع السلع المادية (دعبول,2003,ص306).

إن العملاء هم الذين يحكمون على الجودة وذلك من خلال تقرير ما يتوقعونه من خدمة (الخدمة التي تدور في عقل وذهن العميل وحسب معاييره الخاصة به)، وبنـ ـاء على ذلك فقد حاول هؤلاء الثلاثة Parasurman etal, 1988 تطـ ـوير أداة لقـياس مفـاهيم العملاء لجودة الخدمة المسمى (سيرف كوال) والذي يحتسب الفرق بين التوقعات والإدراكات، وهـذا مناسـب لقياس الظواهر النظرية حيث توقعات العميل يمكن قياسها بعد أداء الخدمة حول الخدمة نفـسها ولكـن كيف يتم القياس قبل أداء الخدمة ؟ هذا ما دار حوله نقاش طويل قيل على ضوئه انه قد لا توجد توقعـات مسبقة لدى العميل حول الخدمة! (مصطفى,2003,ص237).

وهناك ثلاثة مستويات من التوقعات تقارن بها الجودة وكما يلي:

1- المستوى المرغوب للخدمة : ويعكس رغبة ما يريده الزبائن من الخدمة المقدمة من المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية.

2- المستوى الفعلي للخدمة: وهو مستوى الخدمة المدرك والمقدم من المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية والذي لا يمانع الزبائن في قبوله ويرضون به.

3- المستوى المتوقع للخدمة: وهو ما يعتقدون انه على الأرجح أن يتم فعليا (اعتقاد العملاء بما ينبغي أن توفره الخدمة المقدمة من المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية) (دعبول,2003, ص297), (مصطفى,2003,ص235).

يمكن اعتبار جودة الخدمة هي أحد المقاييس لمعرفة مستوى الأداء للمؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، فهي تسهم في فهم تأثيرها على رضا العملاء من أجل الوصول إلى أفضل الطرق لتحسينها، من أجل الحصول على ولاء العملاء وبالتالي فإن إدراك العملاء لجودة الخدمة يعتمد على الاختلاف بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة من قبل العملاء (الأداء الفعلي للخدمة) أي أن (الرضا = الأداء الفعلي - الأداء المتوقع)، وبناء على ما تقدم فإن جودة الخدمة تقاس على النحو التالي: (معلا ب, 2007, ص 62):

1- إذا كانت جودة الخدمة المتوقعة أكبر من جودة الخدمة المدركة فإن الرضا عنها سوف يكون قليلا وغير مقبول من العملاء (Unsatisfied).

2- إذا كانت جودة الخدمة المتوقعة مساوية للجودة المدركة فإن جودة الخدمة سوف تنال رضا العملاء (Satisfied).

3- إذا كانت جودة الخدمة المتوقعة أقل من جودة الخدمة المدركة فإنها ستنال درجة عالية من رضا العملاء، وهناك مدخلان رئيسان لتحديد وقياس الجودة هما: المدخل الاتجاهي Attitudinal Approach ونموذج الفجوات Gaps Approach.

2-4-1-5-1 المدخل الاتجاهي (Attitudinal Approach)

يستند هذا المدخل على أن جودة الخدمة تمثل مفهوما اتجاهيا (Attitudinal Concept) يتصل بالرضا وليس مرادفاً له وأنه يرتبط بإدراك العملاء للأداء الفعلي للخدمة المقدمة من المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية، (معلا,1998,ص357-373).

بمعنى أن الاتجاه الأولي لأداء الخدمة يعتبر دالة ومؤشراً لتوقعات العملاء حول الخدمة وبالتالي فإن الحكم والتقييم لمستوى الخدمة المقدمة إليهم حاليا يبنى على أساس توقعاتهم المستقبلية لكيفية أداء هذه الخدمة، فإن كان لديهم خبرات سابقة بالتعامل مع المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، فإنها ستشكل اتجاههم نحو تقييم أداء الخدمة.

وبالتالي فإن هذا الاتجاه يتكيف حسب مستوى الرضا الذي حصل عند العميل من خلال التعامل مع هذه المؤسسات، ففي حال عدم تعامل العميل مع مؤسسة خدمية سابقا فإن توقعه

حول جودة الخدمة يكون هو المحدد لمستوى تقييمه وإدراكه لجودة الخـدمة، أما بحال إن كـان لدى العميل خبرات سابقة في التعامل مع هذه المؤسسات، فإنه يقـوم بمراجعة ذهنية لما حصل عليه وأدركه في الخدمة المقدمة إليه سابقا وبالتالي التعبير عن مستوى الرضـا أثناء المقارنـة (معلا,1998, ص357-373).

إن الخبرات السابقة والمكتسبة من خلال تكرار عمليات التعامل مع المؤسـسات التـي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، سوف تؤدي إلى مراجعة إدراكية أخرى لمستوى جودة الخدمة المقدمة للعملاء، وبالتـالي فـإن حكـم وتقيـيم العملاء لجودة الخـدمة سيكون بالنهاية محصلة لعمليات التعديل الإدراكي عند العميل، والتـي يقوم بإجرائها حول جودة الخدمة، مما يجعل رضاه عن مستوى الأداء الفعلي للخدمة ذا تـأثير كبير في تشكيل إدراكاته حول جودة الخدمة المقدمة.

وبتكرار شراء الخدمة فإن الرضا يصبح مدخلا رئيسا في عملية تقييم جـودة الخدمـة، وبناء على ذلك فإن مقياس جـودة الخدمة الكفؤ هو الذي يعتمد بصورة رئيسة علـى اسـتخدام الأداء الفعلي للخدمة والمدرك من قبل العملاء، لأن هـذا الأداء المدرك هو المحدد الرئيس في تقييم هؤلاء العملاء لجودة الخدمة المقدمة من المؤسسات التي تعمل فـي الأنـشطة التجاريـة والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي(Zeithmal and bitener,2000, P:39).

2-4-1-5 - 2 نموذج الفجوات (Gaps Approach)

يفترض هذا المدخل أن العميل يقوم بالمقارنة بين الأداء المدرك من قبله عن الخدمة المقدمة إليه من المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي وبين توقعاته حول أداء هذه الخدمة، وبالتالي فإن هذه المقارنة تحدد مستوى جودة الخدمة، الذي يعبر عنه بالفرق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة وعليه فإن جودة الخدمة تعني مسايرة توقعات العملاء والارتقاء بها بشكل مستمر(معلا,1998, ص ص357-373).

يشير (Lovlock, 2004, p:402) إلى ان السبب وراء وجود فـروق بـين الخدمـة المتوقعة والخدمة المدركة عند تقديم الخدمة يعود إلى عدة فجوات تتمثل فيما يلي:

أ – الفجوة المعرفية: (Knowledge Gap)

وهي الفجوة بين توقعات العملاء لجودة الخدمة التي تقدمها المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي وبين إدراك الإدارة لهذه التوقعات، وهي تحدث عندما لا يتفهم المديرون في هذه المؤسسات للملامح التـي تدل على الجودة العالية للخدمة والتي يرغبها العملاء مقدما وبالتالي فإن تحديـد جـودة الخدمة يتطلب معرفة الملامح التي تميز الخدمة لمواجهة رغبات العملاء وبالتالي تحديد مستوى الأداء المناسب لتقديم الخدمة بالجودة المطلوبة.

ب – فجوة الإدارة: (Management Gap)

وهي الفجوة بين ما تراه الإدارة من جودة الخدمة المقدمة من المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي وبـين معـايير جودة الخدمة كما يراها العملاء، وهي تحدث عندما يكون من الصعب وضع مواصفات

للتوصل إلى استجابة فورية من العميل حول الخدمة بسبب النقص في تـدريب مقـدمي الخدمة وتذبذب الطلب على الخدمة.

ج – فجوة الأداء(التوصيل) : (Delivery Gap)

هي الفجوة بين معايير أداء تقديم الخدمة المحددة والمقدمة من المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبـوظبي وبـين الأداء الفعلي لهذه المؤسسات, وهي تحدث نتيجة التفاوت في الأداء لمقدمي الخدمة واسـتحالة تنميط أداء مقدمي الخدمة.

د – فجوة الاتصالات: (Communications Gap)

وهي الفجوة بين الوعود التي تقطعها المؤسسات التي تعمل في الأنـشطة التجاريـة والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، خلال الاتصالات التسويقية في بيـان صفات ومميزات الخدمة المقدمة وبين ما تقدمه هذه المؤسسات فعليـا، بمعنـى عـدم المبالغة بالإعلان بحيث تكون أكثر مما تقدمه هذه المؤسسات بالفعل لأن ذلـك سـوف يزيد التوقعات لدى العميل مما يقلل إدراكه لجودة الخدمة عندما لا تتحقق الوعود.

هـ - الفجوة الإدراكية : (Perception Gap)

وهي الفجوة بين ما يقدم فعليا للعملاء من خدمات مقدمة من المؤسسات التي تعمـل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبـوظبي وبـين إدراك العملاء لهذه الخدمة, وتحدث عندما يعتقد العميل أن هذه المؤسسات غير راغبة وغيـر قادرة على تقديم الخدمة مما ينعكس على إدراكه لسوء الخدمة المقدمة له.

و- فجوة التفسير (Interpretation Gap)

وهذه الفجوة تتمثل في الفرق بين الوعود التي تقدمها المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي أثناء الاتصالات التسويقية وبين ما يعتقده العملاء حول تلك الوعود من خلال هذه الاتصالات.

ز- فجوة الخدمة (Service Gap)

وهي تمثل الفرق بين توقعات العملاء لجودة الخدمة المقدمة من المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي وبين ما يدركونه فعلا حول هذه الخدمة.

يمكن الاستنتاج مما سبق أن الفجوات والفروق هي عبارة عن عمليات حقيقية وواقعية يقوم بها العملاء أثناء حكمهم وتقييمهم لجودة الخدمة المقدمة من المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، وبالتالي يتوجب جعل هذه الفجوات مرغوبة بقدر الإمكان من خلال توظيف اتصال خارجي فعال من أجل خلق توقعات قريبة أو معادلة للخدمة المدركة والمقدمة للعملاء.

2-4-2 السعر

يعد السعر هدفا رئيساً لأي إستراتيجية تسويقية في مجال الخدمات، بحيث تُبنى هذه الاستراتيجية على تقديم خدمات تلبي حاجات ورغبات العملاء وبنفس الوقت تحقق مستوى معيناً من الربح للمؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، فالسعر غير المناسب قد يؤثر على السلوك الشرائي للعملاء بطريقة سلبية، وبالتالي

سيؤثر سلبيا على ربحية هذه المؤسسات، ولهذا فإن السعر هو هدف أساسي واستراتيجي مهـم في نجاح هذه المؤسسات في تسويق خدماتها ومحدد أساسي لربحيتهـا (معـلا ب، 2007، ص 149).

إن تقديم خدمات جيدة تلبي حاجات ورغبات العملاء تتطلب أن يكون سـعرها المحـدد مقبولاً لدى العميل، فالسعر المرتفع قد ينفر العميل من الخدمة المقدمة من المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، فيحاول بالتالي إيجـاد مؤسسة بديلة ذات أسعار مناسبة لقدراته الشرائية، مما يستوجب دراسة الـسياسات التـسعيرية دراسة متأنية بهدف الوصول إلى سعر مقبول لكل من المؤسسات التي تعمـل فـي الأنـشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي والعميل، وهناك طرق من الممكـن إتباعها في تحديد السعر منها التسعير على أساس التكلفة، التسعير على أساس الطلب، التـسعير على أساس المنافسة، التسعير على أساس العميل وغيرها (معلا، وتوفيق،2007، ص213).

ويشار إلى أن السعر هو (مقدار ما يدفعه الزبون نظير حصوله على الخدمة من أجـل الافادة منها)، وهو يمثل المبلغ الذي يدفعه المستهلك مقابل المنتج الذي حصل عليه, حيث يعتبر السعر من العوامل المهمة في تحليل العملاء للتكلفة والمردود Cost / Benefit, فالسعر حساس جدا تنعكس أثاره على تسويق المنتج فيمـا يتعلـق بحجـم التعامـل بـه والأربـاح الناتجـة عنه(Lovlock, 2004, p:106).

يعرف (الضمور وعايش، 2005، ص106) السعر بأنه (القيمة النقدية أو العينية التـي يدفعها المشتري نظير حصوله على السلعة أو الخدمة)، وبتعبير آخر فإن السعر في الخـدمات يمثل مجموع ما يدفعه العميل نظير حصوله على الخدمة التي يتلقاها من المؤسسات التي تعمـل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي.

ويعد السعر حساساً ومن العوامل المهمة في تحليل العملاء للتكلفة والمردود، فهو يمثـل قيمة ما يدفعه العميل على المنتج وهو يحدد قيمتها بالنسبة إليه والـى أي مـدى يرغـب فـي الوصول إليه أثناء تقييم الخدمة المقدمة، حيث إن مقدار ما يدفعه العميل لقـاء حـصوله علـى الخدمة يبين مدى أهميتها وقيمتها بالنسبة له، لذلك فإن السعر يمثل مغـزى ذا أهميـة كبيـرة لإدراكات العملاء تضفي عليه قدرا من النسبية والتفاوت، وبالتالي فإن اسـتراتيجيات التـسعير يجب أن تأخذ بالاعتبار الأمور التالية:

1- تغطية تكاليف تقديم الخدمة وتحقيق هامش ربح للمؤسسة الخدمية.
2- أن يكون جذابا وحافزا للعملاء لاستمالتهم للحصول على الخدمة.
3- المحافظة على ثبات مستويات الخدمة المقدمة.
4- أن يكون السعر معبرا عن جودة وشهرة المؤسسة المقدمة للخدمة.

ويمكن القول إن سياسة التسعير تعتبر محدداً إستراتيجياً لمعظم الأنشطة والفعاليات التسويقية للمنتجات، وتأثيره في كلفة أداء هذه الأنشطة وتحديد هوامش الربح، ويجب أن يهـدف تـسعير المنتج إلى ما يلي:

1- أن يستخدم مقدم المنتج السعر لتخفيف آثار التقلبات في الطلب على المنتجات، بمعنى أن مقدم المنتج يمكنه أن يخفض السعر عند انخفاض الطلب عليه، كما يمكنه رفع السعر في حالـة العكس لتنظيم الطلب عليها.

2- يمكن استخدام طريقة إجمالي التكاليف بالإضافة إلى هامش ربح معين عند تسعير المنتج.

3- يمكن تسعير المنتج في ضوء اتجاهات الطلب على الخدمة وظروف المنافسة في السوق.

2-4-3 التوزيع

يقصد بالتوزيع كافة الأنشطة والعمليات والأنظمة التي يتم من خلالها التوزيع المـادي للخدمات من أماكن إنتاجها إلى أماكن استخدامها، وعادة يكون لدى المؤسسات التي تعمل فـي الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، عدة خيارات منها التوزيع المباشر بدون وسطاء بين المؤسسة وعملائها أو التوزيع غير المباشر بمعنى وجـود وسـطاء، وعليه فيجب دراسة السوق وأن تتخذ المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاسـتثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي القرار المناسب لتوفير خدماتها فيه (معلا، وتوفيق،2007، ص241).

ويعرف التوزيع بأنه (مجموعة من الجهات والمؤسسات ذات الاعتماد المتبادل تعمل معا لجعل المنتج أو الخدمة متوافرة للمستعمل أو مستهلك هذا المنتج أو الخدمـة)، وبالتـالي فـإن الأنشطة التي تقوم بها المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية فـي إمارتي دبي وأبوظبي لتوصيل الخدمة إلى العميل في الزمان والمكان المناسبين تهدف إلى جعل الخدمـة متـوافرة للعمـلاء الحـاليين والمتـوقعين مـن أجـل الحـصول علـى رضـاهم (Kotler,Keller,2006,p:26)

وتعتمد قنوات التوزيع في قطاع الخدمات غالبا على نظام التوزيع المباشر نتيجة التلازم بين إنتاج الخدمة وتوزيعها، فهي الطريقة الرئيسة لتوصيل الخدمة إلى العمـلاء، ومـن منافـذ التوزيع المتاحة قيام المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والـسياحية فـي إمارتي دبي وأبوظبي، بتوسيع شبكة فروع خاصة بهذه المؤسسات واستخدام النظم الآليـة فـي توصيل الخدمة، إلا ان طريقة التوزيع المباشر تبقى المحور الأساسي في عملية توزيع الخدمـة (Pride and Ferrell , 2006 , p.371).

2-4-4 الترويج

يعرف الترويج بأنه شكل من أشكال الاتصالات التسويقية المباشرة وغيـر المباشـرة، وهذه الاتصالات تتضمن أنشطة وفعاليات يمكن من خلالهـا تقـديم المعلومـات عـن مزايـا ومواصفات السلعة أو الخدمة لإثارة اهتمام المستهلكين أو المستخدمين وإقنـاعهم بقـدرة هـذه السلعة أو الخدمة على إشباع رغباتهم وحاجاتهم وبالتالي تحفيزهم من أجل اتخاذ قرار شـرائها مع المحافظة على استمرار العلاقة معهم، ويتكون المزيج الترويجي من الإعـلان، العلاقـات العامة، ترويج المبيعات، البيع الشخصي، النشر والدعاية (Kotler,2006,p:536).

كما يمكن أن ينظر إلى الترويج بأنه (نشاط تسويقي ينطوي على عملية اتصال إقنـاعي يتم من خلاله التعريف بسلعة أو خدمة أو فكرة أو مكان مخصص أو شخص أو نمط سـلوكي معين بهدف التأثير في أذهان جمهور معين لاستمالة استجابتهم السلوكية إزاء ما يـروج لهـم)، فالترويج هو تعريف وإخبار العملاء عن الخدمة وتذكيرهم للتفاعل معهـا وإقنـاعهم باختيـار وتفضيل اختيارها (معلا أ، 2007، ص5).

وحيث إن نجاح المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، لا يتوقف فقط على تقديمها مجموعة من الخدمات بتكلفة مناسبة وتوفيرها للعملاء من خلال فروع المؤسسة الخدمية المنتشرة جغرافياً، بل يتطلب نجاحها وجود وسـائل للاتصال بالزبائن وتعريفهم بطبيعة ومواصفات هذه الخدمة ومكان التعامل بها.

تحتوي تعاريف الترويج صفة الاتصال المباشر والتبادلي الذي يتم بين البائع والمشتري, وهذا الاتصال يأخذ شكل المقابلة وجها لوجه كما هو في البيع الشخصي أو من خلال اسـتخدام وسائل الاتصال الجماهيرية غير المباشرة الأخرى على شكل إعلانات تجارية تكـون مدفوعـة الأجر أو باستخدام أنشطة الدعاية غير المدفوعة الأجر والتي ترد على شـكل مـادة إخباريـة تتضمن محتوى ترويجياً معينا لما يروج له, كما أن هذا التعريف يظهر أبعاد الترويج التي تشمل عمليات الاتصال المبنية على محاولات إقناعية تهدف اسـتمالة اسـتجابات سـلوكية محـددة, بالإضافة إلى أن الترويج هو كعملية هي مصممة تهدف إلى تحقيـق غايـات محـددة يريـدها المروج، من خلال إتباع أساليب التأثير الذهني والفكري والتي تتلخص في تهيئه المستهلك ذهنيا وفكريا ليستجيب سلوكيا لما يروج له.

2-4-5 الناس (People)

يعرف الناس بأنهم الأفراد الذين يلعبون دورا مهما في العمليات والإنتاج في منظمـات الخدمة ذاتها ويكون هناك علاقة تفاعلية بينهم وبين العملاء، والناس هم جميع العناصر البشرية الذين يلعبون دورا مهما في عملية إيصال الخدمة، ويشكلون جزءا مهما من الخدمة ذاتها ولهـم تأثير على العملاء والعاملين في المؤسسات التي تعمل في الأنـشطة التجاريـة والاسـتثمارية

والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، فمظهرهم وسلوكهم يؤثر على إدراك العمـلاء لمـستوى الخدمة المقدمة لهم (Lovelock and Wright, 2002,P:31).

ويؤثر سلوك العملاء أنفسهم على سلوك العملاء الآخرين، إضافة إلى ذلك فإن أسـلوب أداء الخدمة عنصر مهم وحاسم بالنسبة لبيع الخدمة، وتعتبر طريقة تعامل موظفي المؤسـسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، مـن أهـم المعايير في اختيار مؤسسة الخدمة وعليه فإن إدارة هذه المؤسسات يجب أن تكون معنية بكيفية اختيار العاملين وتدريبهم وتحفيزهم ورقابتهم وضرورة التعاون مع العملاء وفهـم احتياجـاتهم ورغباتهم ومحاولة خلق علاقة قوية بين الموظفين والعملاء وبين العملاء أنفسهم (Zeithmal et al. , 2006, p: :26).

2-4-6 عملية تقديم الخدمة (Process)

تشمل عملية تقديم الخدمة الطرق والإجراءات المستخدمة من قبل المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي فـي تقـديم الخدمـة، وإيصالها إلى العملاء والتي يمكن من خلالها توصيل وتوفير الخدمة إلى العملاء، حيث تـؤثر خطوات إيصال الخدمة والطريقة المتبعة في إيصالها إلى العميل في حكمه على جودة الخدمـة المقدمة (معلا,2007,ص26)، كما تتضمن الكيفية التي يتم من خلالها توجيه العملاء وحفـزهم على المشاركة في عملية الحصول على الخدمة(احمد، 2004، ص100).

ويمكن تعريف عملية تقديم الخدمة بأنها **(**سلوك العاملين وكيفية تقديم الخدمة وتوصيلها ودرجة الآلية المستخدمة في تقديم الخدمة ودرجة الحرية المعطاة للعـاملين ودرجـة اشـتراك العملاء في إنجاز الخدمة وتدفق المعلومات وأنظمة الحجوزات والانتظار**)**.

.(Zeithmal et al. , 2006, p: 27)

2-4-7 البيئة المادية (Physical Evidence)

البيئة المادية هي (النواحي الملموسة مثل الأثاث والديكور والألوان والتصميم الـداخلي ومواقف السيارات والضوضاء والسلع التي تسهل الخدمة)، وهناك العديد من العناصر الماديـة للبيئة الداخلية والخارجية للمؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي يكون لها تأثير على الـصورة المدركـة لـدى العمـلاء وكمـا يلـي:

(Lovelock and Wright, 2002,p: 249)

أ- عناصر البناء المادي الخارجي: يعد الحجم الكبير لبناء المؤسـسات التـي تعمـل فـي الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي من أكثر الأمور التـي تجذب العملاء إلى المؤسسة الخدمية، ويعتقد البعض انه كلما كان حجم الشركة كبيراً كلمـا قلت الخطورة المدركة المرتبطة بشراء الخدمة من المنظمة المعنية ويشمل البيئـة الماديـة الخارجية (حجم البناء المادي, شكل وتصميم البناء الخارجي, الإضاءة الخارجية، المـداخل، الإشارات، مواقف السيارات وموقع المؤسسة الخدمية).

ب- التصميم الداخلي للمؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والـسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي: وهي العناصر التي تشكل أهمية كبيرة في تكوين صورة وانطباع جيد لدى العملاء, وتسهم في جذب انتباههم وتحفيزهم للتعامل مع هذه المؤسسات, كمـا ان

هذه العناصر تعمل على خلق أجواء سارة ومريحة للخدمات المهنية التـي تقـدم للعمـلاء، وتشمل عناصر البيئة الداخلية (المعدات, الأجهزة, التسهيلات المادية، الإضـاءة الداخليـة، التدفئة والتكييف، الديكورات الداخلية، الألـوان، الإشـارات الداخليـة، زي المـوظفين) (Zeithmal et al. , 2006 , p 317).

والدليل المادي يسهم في صنع شخصية المؤسسات التي تعمل في الأنـشطة التجاريـة والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، والتي تميزها عن غيرها مـن المؤسـسات المنافسة لها في السوق خاصة في ظل النمطية العالية في جوهر الخدمات, فالجميع يعرض نفس الخدمة من حيث طبيعتها وبالكم والسعر نفسه تقريبا, وإن السمة الرئيسة التي تميز بين مؤسسة وأخرى هي الطريقة التي تعرض بها نفسها، حيث تعتبر هذه الأمور المادية من الدلالات الهامة عند تقييم العملاء لجودة الخدمة (معلا ب,2007, ص25).

وتعد البيئة المادية من العوامل المهمة التي تؤثر على العملاء عند اتخاذهم لقـرار الـشراء كونها تساعدهم في تقييم الخدمة قبل المباشرة في عملية شرائها، وتأتي أهميتها كونهـا المكـان الذي يتفاعل فيه العميل مع موظفي المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجاريـة والاسـتثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، والعناصر المادية الملموسة تسهل عملية أداء الخدمة، كما تعتبر عنصراً مساعدا ومؤثرا في الحكم على جودة الخدمة المقدمة من قبل هذه المؤسسات، أما فيما يتعلق بالمسوقين فإن صفة اللاملموسية التي تتصف بها الخدمة تخلـق تحـديات لمـسوق الخدمة وذلك بسبب الصعوبة التي يواجهها العميل عند حكمة على الخدمة قبل المباشـرة فـي عملية شرائها، وبالتالي على مسوق الخدمات ان يبحث عن طرق لجعل عمليـة إدراك الخدمـة ذهنيا أكثر سهولة (الضمور،2004، ص307).

المبحث الثالث

الأزمة المالية وأثرها في إماراتي دبي وابوظبي

2- 5 الأزمة المالية العالمية

2-5-1 نشأة الأزمة المالية

ظهرت الأزمة المالية العالمية في الولايات المتحدة الأمريكية منذ شهر آب 2007، وقد كان السبب في ظهورها هو مشكلة الرهن العقاري، حيث إن العجز المتزايد في سداد الرهونات العقارية وعدم وجود ضمانات الشراء العقاري والتوسع في منح القروض العقارية، إضافة إلى المبالغة في تقدير العقار ضمن سجلات البنوك بشكل أكبر من القيمة الحقيقية لها، أدى إلى تعريض الملايين من التزامات الديون إلى الخطر بسبب ارتفاع القروض العقارية المقدمة وبشكل لا يغطي القيمة الحقيقية للعقار.

وقد كانت هذه الديون مضمنة ومباعة لبنوك استثمارية، مما أدى إلى إلحاق الضرر بهذه البنوك مثل وول ستريت وبير ستيرنز وليهمان براذرز وميريل لينش، كما ألحقت الضرر بإحدى أكبر شركات التأمين في العالم وهي شركة إيه أي جي، وبات التخوف من القائمين على النظام المصرفي شديداً من تعثر المقترضين في السداد، فقامت المصارف بتخفيض عمليات الإقراض إلى الأفراد والمؤسسات التجارية، كما توقفت المصارف عن تقديم القروض العقارية وقروض السيارات، مما أثر سلبيا في نفوس العملاء والمستخدمين النهائيين وأدى إلى استنزاف السيولة من النظام المصرفي (عبدالله، 2008، ص73).

انتقلت أثار الأزمة المالية من السوق العقارية إلى الشركات المالية إلى سوق الأسهم ومن ثم امتد إلى بقية الأنشطة الاقتصادية، وامتد تأثيرها بعد ذلك إلى العديد من الشركات والمصانع في أوروبا وآسيا، وطالت معظم الاقتصاديات العالمية وأصبح خطرها يهدد الأمن العالمي، وقد كان للازمة المالية انعكاسات سلبية على الأوضاع الاقتصادية، حيث أثر الانخفاض في الطلب العالمي على الصادرات (الصناعية، الزراعية، الخدمية)، حيث إن هذه الصادرات أظهرت نموا سالبا أثر على قدرة الاقتصاد وعلى النمو، بحيث لا يتوقع تحقيق معدل نمو ولا يمكن التنبؤ بمعدل الانخفاض في النمو بشكل دقيق، كما أن الأزمة المالية العالمية أثرت أيضا بشكل سلبي على التجارة العالمية، وقد اختلفت نسبة التأثير على حسب درجة انفتاح وتعامل الدولة مع الدول الخارجية (الأسرج، 2008، ص19).

وقد انعكست بعض تبعات الأزمة المالية على اقتصاد إمارتي دبي وأبوظبي، وذلك بسبب ان قطاع الإنشاءات والعقارات هو محرك النمو الرئيس في هاتين الإمارتين، فمن الطبيعي للأزمة العالمية أن تترك أثرا مباشرا على هذا القطاع، ولمواجهة الأزمة المالية فقد قامت الحكومة الإماراتية بدعم النظام المصرفي من خلال ضخ المزيد من المليارات من الدراهم من اجل حماية النظام المصرفي.

2-5-2 أسباب الأزمة المالية

يعد التنظيم الحالي للاقتصاد العالمي الأساس في الأزمة المالية الحالية، والتي توصف بأنها أزمة شاملة أي أنها أزمة النظام الرأسمالي ككل، حيث لا يمكن حصر الأزمة الحالية في الجوانب المالية، وإن كان هذا الجانب هو أساس للرأسمالية، لكن هذه الأزمة انعكست على باقي

الأنشطة الاقتصادية ويشير (أبو شعبان، 2008، ص68) إلى ان أسباب الأزمة المالية الحالية ترجع إلى ما يلي:

أ- الارتفاع المستمر لمعدل الأرباح والذي يقابله استثمارات غير منتجة وهذه الأرباح الكبيرة دفعت البنوك والأسواق المالية إلى توسيع المجال الجغرافي للمالية في ظل العولمة وأصبح عجز الاقتصاد الأمريكي يمول من باقي دول العالم خاصة الصين ودول الخليج العربي.

ب- النموذج الأمريكي للنمو حيث تعاني الولايات المتحدة الأمريكية من عجز تجاري خارجي وعجز ادخار داخلي، وفي الحالتين تلعب المالية دورا رئيسا في إحداث التوازن الداخلي والخارجي، فعدم التوازن المالي أدى إلى نمو المديونية خاصة في أسواق الرهن العقاري.

ج- أما السبب الرئيس والمباشر لحدوث الأزمة المالية فقد كان المخاطرة التي ارتكبتها البنوك من خلال التوسع في منح قروض الرهن العقاري، وهذه القروض كانت توزع على العائلات الأمريكية بسعر فائدة ضعيف خلال السنتين أو الثلاث سنوات الأولى من الحصول على القرض، مع منح فترة سداد لمدة قد تصل إلى 30 سنة دون التأكد من إمكانات المقترضين وقدراتهم على التسديد، مما دفع السماسرة إلى التحكم في هذه القروض وإعادة بيعها إلى بنوك أخرى، بعد تحويلها إلى سندات مالية (عمليات التسنيد) تباع وتشترى داخل وخارج الولايات المتحدة الأمريكية من خلال تجميع القروض في مؤسسة واحدة، ثم تقوم ببيعها إلى شركات الاستثمار في دول مختلفة، ومع انخفاض قيمة العقار في نهاية عام 2006 ظهرت بوادر الأزمة المالية الحالية، حيث عجزت العائلات الأمريكية عن سداد قيمة الديون المترتبة عليها من شراء العقار وبنفس الوقت

لم يعد باستطاعة البنوك استرجاع أموالها، الأمر الذي أدى إلى انهيار البورصات العالمية في أيلول من عام 2008.

3-5-2 تأثيرات الأزمة المالية على دولة الإمارات العربية المتحدة

بينت المؤشرات الأولية لأداء اقتصاد الإمارات لعام 2008 أن متانة الإقتصاد الوطني لدولة الإمارات العربية المتحدة والإجراءات السريعة الفعالة التي اتخذتها الحكومة الإماراتية ساعدت بشكل كبير على إعادة التوازن لبعض القطاعات الاقتصادية التي واجهت صعوبات مباشرة نتيجة الأزمة المالية العالمية مثل الإنشاءات والمقاولات والخدمات المالية والنفط، بل وساعدت هذه الإجراءات في إدخال بعض هذه القطاعات في عمليات تصحيح قد تكون مفيدة على المدى الطويل.

كما تشير البيانات إلى أن الإمارات حققت في عام 2008م فائضا في ميزانها التجاري بلغ 184.1 مليار درهم مقابل 148.6 مليار درهم في عام 2007، حيث يتوقع أن يبدأ الاقتصاد الإماراتي خلال العام الحالي 2009 بتجاوز آثار الأزمة في ظل المؤشرات الايجابية للأداء الاقتصادي مع ظهور بوادر التعافي في الأسواق المالية خلال النصف الثاني من هذا العام مع استمرارية مشاريع البنى التحتية، واتجاه حكومة دولة الإمارات نحو زيادة الإنفاق رغم انخفاض العوائد النفطية نتيجة تراجع الطلب العالمي وخفض الإنتاج (وزارة الاقتصاد، 2009، الإدارة المركزية للإحصاء، النشرة السنوية، دولة الإمارات العربية المتحدة).

وشهد أداء الاقتصاد الوطني لدولة الإمارات العربية المتحدة عام 2008 مرحلتين قبل الأزمة المالية العالمية وبعدها، فقبل الأزمة استكمل الاقتصاد مسيرة نموه المتسارعة مدعوماً بمعدلات نمو عالية لأسعار النفط بعد أن بلغ أعلى سعر برميل النفط حوالي 147 دولاراً في شهر تموز 2008، تناقص بعدها لتبدأ المرحلة الثانية حيث انخفض سعره إلى أدنى مستوياته في شهر كانون الثاني عام 2008م ليصل إلى 38.6 دولاراً، وقد بلغ الناتج المحلى الإجمالي بالأسعار الثابتة عام 2008 حوالي 535.6 مليار درهم وبنمو قدره 7.4%، مقابل حوالي 498.7 مليار درهم ونمو قدره 5.2 % عام 2007، فيما بلغ الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية عام 2008 حوالي 929.4 مليار درهم مقابل 729.7 مليار درهم عام 2007، وتاليا المؤشرات التي أسهمت في تحقيق نمو الناتج المحلي أهمها:

1- ارتفاع أسعار النفط حيث قدر متوسط سعر البرميل عام2008 بحوالي 94.5 دولار مقارنة بمتوسط سعر بلغ حوالي 69.1 دولار للبرميل عام2007 وبزيادة تصل نسبتها إلى36.8%، مما انعكست بصورة إيجابية على نمو الناتج المحلي الإجمالي للعام2008.

2- ارتفاع قيمة إسهام القطاعات غير النفطية في الناتج المحلي الإجمالي لتصل إلى حوالي 577.5 مليار درهم في العام 2008 مقابل 467.9 مليار درهم في العام 2007، في حين أن نسبة إسهام تلك القطاعات قلت إلى حوالي 62.1% عام 2008 مقارنة بحوالي 64.1% عام 2007.

3- ارتفاع نسبة إسهام القطاع النفطي في الناتج المحلي الإجمالي من حوالي 35.9 % في عام 2007 إلى حوالي 37.9% عام 2008، بسبب ارتفاع العوائد النفطية نتيجة ارتفاع أسعار النفط الخام.

4- ارتفاع إجمالي التكوين الرأسمالي الثابت خلال العام 2008م إلى حوالي 261.4 مليار درهم مقارنة بـ 155.9 مليار درهم في العام 2007 وبنسبة نمو قدرها 67.7%.

5- ارتفاع الإنفاق الاستهلاكي النهائي إلى 483.9 مليار درهم عام 2008 مقارنة بـ 366.5 مليار درهم في العام 2007 وبنسبة نمو قدرها 32%، فيما ارتفع إجمالي الصادرات من السلع والخدمات إلى 746.7 مليار درهم عام 2008م مقارنة بـ 693.9 مليار درهم في العام 2007 وبنسبة نمو بلغت 7.6 %، وشكل النفط الخام حوالي 36.2 % من هيكل الصادرات السلعية عام 2008، في حين أن إعادة التصدير شكلت 38.8% وصادرات المناطق الحرة 11.2 % والمنتجات النفطية 2.5% والغاز 4.5 % والصادرات الأخرى 6.8%، كما أرتفع إجمالي الواردات من السلع والخدمات إلى 562.6 مليار درهم عام 2008م مقارنة بـ 545.3 مليار درهم ونسبة نمو بلغت 3.2% (وزارة الاقتصاد، 2009، الإدارة المركزية للإحصاء، النشرة السنوية، دولة الإمارات العربية المتحدة).

المبحث الرابع

الدراسات السابقة

من أجل تكوين إطار مفاهيمي تستند إليه الدراسة الحالية في توضيح الجوانب الأساسية لموضوعها، فقد قام الباحث بمسح الدراسات السابقة حول موضوع هذه الأطروحة، ولم يكن هناك دراسات متخصصة تتناول موضوع تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، لذلك تمت الاستعانة والإفادة من بعض الدراسات التي لها علاقة بموضوع الدراسة ومن هذه الدراسات ما يلي:

2- 6 -1 الدراسات باللغة العربية

- دراسة دائرة التنمية الاقتصادية، بلدية دبي، (2000)، بعنوان: **تجربة إمارة دبي في التنمية السياحية وعلاقتها بالتخطيط العمراني المستقبلي**، هدفت الدراسة إلى التعرف على تجربة إمارة دبي في التنمية السياحية وعلاقتها بالتخطيط العمراني المستقبلي.

وبينت الدراسة أنه على الرغم من التجربة الناجحة لإمارة دبي في مجال التنمية السياحية وعلاقتها بالتخطيط المستقبلي وتحقيق منظومة التنسيق بين جميع الدوائر المعنية في الإمارة، إلا ان نصيب الإمارة من السياحة العالمية يمثل نسبة قليلة لا تتمشى مع جهود الإمارة في هذا المجال سواء من النواحي الإدارية أو التكاليف الاستثمارية.

وأوصت الدراسة بضرورة دراسة الطاقة الاستيعابية للفنادق قبل ضخ الاستثمارات الجديدة، وتشجيع شركات مشتركة للاستثمار السياحي، بالإضافة إلى تنويع المقومات السياحية ومراعاة مناطق الجذب السياحي.

وقد أفاد الباحث من خلال هذه الدراسة انه لتحقيق النجاح لتجربة إمارتي دبي وأبـوظبي فـي مجال التنمية السياحية لابد من المواءمة وتحقيق التنسيق بين جميع الدوائر المعنية في الإمارتين، كون نصيب دبي وابوظبي من السياحة العالمية يمثل نسبة قليلة لا تتماشى مع جهود الإمـارتين في مجال التجارة والاستثمارات.

- دراسة قيصي، (2000)، بعنوان: **دراسة في جغرافية السياحة في منطقـة أريحـا والبحر الميت**، هدفت إلى التعرف على أهم المقومات السياحية في منطقة الدراسة، وتوضيح أثر الاحتلال الإسرائيلي على السياحة، والتعرف على خصائص الحركة السياحية.

أظهرت الدراسة أنه بالرغم من الظروف السياسية التي مرت بها منطقتا أريحا والبحر الميـت، إلا إنهما لا تزالان تشكلان عامل جذب للسياح من مختلف جنسياتهم.

وقد أتفاد الباحث من الدراسة في التعرف على أهم المقومات السياحية وخصائـصها وأهـم العوامل المؤثرة في جذب السياح.

- دراسة العتيبي، (2002)، بعنوان: **السياحة والترويح في دولة الكويت**، هدفت إلى دراسة الأنماط السياحية القائمة والمقترحة وكيفية تطويرها وإبراز الأهمية الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها السياحة للدولة، إضافة إلى التعرف على المعوقات الطبيعية والبشرية للسياحة والترويح، والتوزيعات المكانية لمناطق الترفيه والترويح في الدولة.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1- عدم إعطاء السياحة الاهتمام الذي يتناسب مع مكانتها الاقتصادية والاجتماعية.

2- تتركز معظم المنشآت الترويحية على الشريط الساحلي لدولة الكويت.

3- معظم الشركات والمكاتب السياحية في الكويت تعمل في اتجاه واحد وهو تـصدير السائحين إلى الخارج.

4- قلة الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة والقادرة على الاضطلاع بمهـام وواجبـات الوظائف السياحية.

5- عدم وجود إستراتيجية تسويقية واضحة المعالم والأهداف.

وقد أفاد الباحث من هذه الدراسة بالتعرف على الأنماط السياحية القائمة والمقترحة وكيفية تطويرها وإبراز الأهمية الاقتصادية والاجتماعية التي يحققها القطاع السياحي لدولة الإمارات العربية المتحدة.

- دراسة الصالح، (2004) بعنوان: **تجربة التخطيط السياحي في سلطنة عمان،** هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على الموقع الجغرافي لسلطنة عمان، وتوضيح أهمية المناخ والطبيعة التي تتمتع بها السلطنة، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

1- تتمتع عمان بشواطئ كبيرة وهامة على طول سواحل بحر العرب والمحيط الهندي.

2- تتوافر في عمان المقومات الطبيعية والبشرية والتي يمكن أن تجعل من هـذا البلـد منطقة سياحية واعدة.

3- أبرزت أهمية استقلال عناصر السياحة البيئية وسياحة الشواطئ والسياحة التاريخية.

وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بعناصر السياحة البيئـة وسـياحة الـشواطئ والـسياحة التاريخية والتقليدية في عمان.

تحدثت هذه الدراسة عن أهمية الموقع الجغرافي والمناخ، كمقومات طبيعية تسهم في جـذب السياح وهو أحد التوجهات البحثية للدراسة الحالية.

- دراسة الربيعي، (2005) بعنوان: **أثر السياسات الاقتصادية على مناخ الاستثمار في الدول العربية**، هدفت الدراسة إلى التعرف عل أثر السياسات الاقتصادية على مناخ الاستثمار في الدول العربية.

وقد أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

1- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين كل من حجم السكان ونسبة السيولة المحلية إلى الناتج المحلي الإجمالي وحجم الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية.

2- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية سالبة بين حجم الناتج المحلي الإجمالي للدول العربية والاستثمار الأجنبي المباشر للدول العربية.

وقدمت الدراسة عدة توصيات أهمها:

1- تعزيز الاستقرار الاقتصادي ودعم إجراءات الإصلاح الاقتصادي الهيكلي والانفتاح الاقتصادي.

2- رفع مستويات التنمية البشرية وتشجيع القطاع الخاص على الدخول في مشاريع البنية الأساسية.

وفي مجال الإفادة من هذه الدراسة إنها أسهمت في تأكيد اتجاهات الدراسة الحالية في التعرف عل أثر السياسات الاقتصادية في تهيئة مناخ الاستثمار، حيث قدمت توجها حول العلاقة بين استخدام الناتج المحلي الإجمالي والاستثمار الأجنبي المباشر وبالتالي شكل هذا التوجه أساسا لاعتماد الباحث على هذه العلاقة.

- دراسة العنزي، (2005)، بعنوان: **تحليل وتقييم العوامل المؤثرة على تسويق دولة الكويت كموقع سياحي مهم في منطقة الخليج العربي،** هدفت الدراسة إلى تحليل وتقييم العوامل المؤثرة على تسويق دولة الكويت كموقع سياحي مهم في منطقة الخليج العربي من وجهة نظـر السياح العرب والأجانب المقيمين في فنادق الدرجة الأولى في دولة الكويت وأيضا من وجهـة نظر العاملين في النشاط الفندقي والسياحي، وقد كانت أهم نتائج الدراسة:

1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات المستقلة مجتمعـة المتمثلـة فـي (جاذبية الموقع والموارد التراثية والمجمعات والأسواق وشـركات الـضيافة وأسـعار الخدمات ووسائل الترويج ومهارات الأيدي العاملة ودور الحكومـة) ونجـاح دولـة الكويت كموقع سياحي مهم في منطقة الخليج العربي.

2- إن دور الحكومة في دعم القطاع السياحي هو الأكثر تأثيرا بين بـاقي المتغيـرات على نجاح دولة الكويت كموقع سياحي مهم في منطقة الخليج العربي.

أوصت الدراسة بما يلي:

1- تبني استراتيجية طويلة الأمد لتسويق دولة الكويت سياحيا وتكثيف الجهود التسويقية باتجاه السياح القادمين للسياحة الترفيهية وبأسعار تناسب رغباتهم وحاجاتهم.

2- تفعيل وسائل الترويج المطبقة في جذب السياح العرب والأجانب من خلال وسـائل الإعلام المختلفة كالتلفزيون والإنترنت.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في أنها درست عناصر المزيج الترويجي وأمـاكن التسوق ومؤسسات الضيافة وكيفية تأثيرهما في الصورة المدركة لدى السياح، كما أن نتائج هذه الدراسة أظهرت أن المتغيرات المستقلة هي أبعاد يوليها العملاء أهمية في إدراك جودة الخدمة.

2-6-2 الدراسات باللغة الأجنبية

- دراسة (Friedrich Zimmerman, 1995) بعنوان

Tourism organization in Austria or regional level

وهدفت الدراسة إلى تحديد الهوية الوطنية والإقليمية للمناطق السياحية الجذابة، وعلاقة المجتمع بمشاكل البيئة السياحية، كما هدفت إلى معرفة النشاطات الترويحية في الأقاليم السياحية، وتحسين آلية التسويق السياحي على المستويين الوطني والإقليمي.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1- إن المشروعات السياحية في الأقاليم السياحية حققت استخداماً أمثل للموارد الطبيعية في الأقاليم.

2- الدعم المالي من قبل الحكومة النمساوية على تطوير الأقاليم السياحية من جهة ومؤسسات الضيافة من جهة أخرى.

3- وجود التعاون والتنسيق في مجال التخطيط والترويج والتسويق السياحي للخدمات السياحية في الأقاليم السياحية النمساوية.

وقد تبين للباحث من خلال تحليل علاقة المجتمع بمشاكل البيئة السياحية، أن المشروعات السياحية في الأقاليم السياحية حققت استخداماً أمثل للموارد الطبيعية في الأقاليم.

- دراسة (William Gartner, 1996) بعنوان:

Regional organization for tourism improvement

هدفت إلى تحديد إسهام التنظيم للأقاليم السياحية في البلد الذي يتملك مقومات الجذب السياحة وتكامل التسهيلات والإمكانات السياحية كالنقل والإيواء وخدمات التسلية والترفيهية.

1- سهولة الوصول إلى أماكن أو مواقع تقديم الخدمات السياحية.

2- وجود مجتمعات قادرة ومستعدة لتقديم الخدمات إلى السياح.

3- قبول محلي للسياحة كصناعة ومفهوم.

4- وجودة أسواق مؤهلة لتنشيط السياحة.

5- توافر القوى العاملة الفنية.

وقد أوصت الدراسة بضرورة توافر العناصر التي تدعم وتسهل وتطور القطاع السياحي في البلد وبالتالي تسويق خدماته على المستويين المحلي والإقليمي.

اعتمدت هذه الدراسة على أهمية توفر مقومات الجذب السياحية وتكامل التسهيلات والإمكانات السياحية كالنقل والإيواء وخدمات التسلية والترفيهية وهو ما اعتمدت عليه الدراسة الحالية في تأكيد أهمية هذه العوامل كمقومات جذب سياحي.

- دراسة (Gaston LeBlanc and Nha Nguyen,1996) بعنوان:

Evaluating company the perception in service section from the clients point of view

هدفت الدراسة إلى الوصول إلى فهم أعمق للأبعاد التي يستخدمها العملاء لتقييم صورة الشركة في قطاع الخدمات، كما هدفت إلى معرفة أهم العناصر المستخدمة في إيصال الخدمة والمتمثلة في هوية المؤسسة، سمعة المؤسسة، عرض الخدمة، العاملين، والبيئة المادية التي تؤثر على قرار أو حكم العملاء.

أظهرت نتائج الدراسة أن:

1- عنصر العاملين والبيئة المادية غير مهمين بالنسبة لعينة الدراسة في تقييم صـورة المؤسسة.

2- تؤثر هوية المؤسسة، سمعة المؤسسة وطريقة عرض الخدمة فـي تقيـيم العمـلاء لصورة المؤسسة.

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في استخدام أبعاد جودة الخدمة للتعرف على رضـا العملاء، وهو الهدف نفسه الذي حاول الباحث التوصل إليه في الدراسة الحاليـة، حيـث تمـت الإفادة منها في استخدام أبعاد جودة الخدمة في تقييم صورة المؤسسات الخدمية.

- دراسة (Juergen Gnoth and Syed Aziz Anwar, 2000) بعنوان:

Newzeland is the best in festival and event tourism

هدفت الدراسة إلى الاستغلال الأمثل للأحداث والمهرجانات التي بدأت تظهر بشكل كبيـر فـي نيوزلندا، والتي تمثلت بسباق الدارجات والإجازات الربيعية لطلبة الجامعات والأحداث للمهتمين ببعض العلامات التجارية والمؤتمرات الرياضية والمهنية، وتوصلت الدراسة إلى نتائج التالية:

1- وجود علاقة ارتباط قوية بين الاستراتيجية التسويقية السياحية والخدمات الخاصـة بالأحداث المرغوب في تسويقها داخل وخارج نيوزلندا.

2- هناك تأثير إيجابي للعناصر الاجتماعية والبيئية في نجاح تسويق المهرجانات لفئات سوقية محددة كالسياح الشباب أو رجال الأعمال أو السياح بقصد المغامرة.

وفي مجال إفادة الباحث من هذه الدراسة أنها هدفت إلى التعرف على الطريقة الأمثـل في استغلال الأحداث والمهرجانات الرياضية وهذا الاتجاه كان أحد التوجهـات البحثيـة لهـذه الدراسة حيث تمت الإفادة من هذه الدراسة عند صياغة فرضيات الدراسة الحالية.

- دراسة (Noel Y.m.siu Jeff Cheung, 2001) بعنوان:

The measurement of service quality in multi department stores

هدفت الدراسة إلى دراسة جودة إيصال الخدمة وأثرها على سلوك المستهلك في سلاسل محلات ذات الأقسام متعددة الجنسيات.

استخدمت الدارسة أبعاد جودة الخدمة المكونة من خمسة أبعـاد: العـاملين، الـسياسة، المظهر المادي، الوعود، حل المشاكل والراحة، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن المظهر المـادي والسياسات لهما أثر بارز على جودة الخدمة المدركة وعلى سلوك الشراء في المستقبل.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها موضوع تقييم جودة الخدمة المقدمة مـن مؤسسات الخدمة، وأيضا في استخدامها مقياس سيرف كوال لأبعاد جودة الخدمة وهذا الاتجـاه هو احد التوجهات البحثية لهذه الدراسة، حيث تمت الإفادة من هذه الدراسة في تطوير التوجهات البحثية المختلفة والتي قامت عليها الدراسة في الاستناد إلى أبعاد جودة الخدمة.

- دراسة (Santos, 2001) بعنوان:

The importance of tangible and intangible scopes in quality perception

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى وأهمية النواحي الملموسية وغير الملموسة في صناعة الخدمات، وقد تم تطبيق الدراسة على أربع صناعات خدمية شملت: خـدمات التـأمين، والجامعة، وخطوط الطيران، والمطاعم.

توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين مستوى الملموسية في صناعة الخدمات وأهمية النواحي غير الملموسة، كما أكدت النتائج أن الملموسة تلعب دورا هاما خاصـة فـي صـناعة

الخدمات التي ملموسيتها عالية، كما أكدت النتائج أن مقدمي الخدمة الملموسة أقل أهمية مقارنـة مع إدراك الزبائن في خدمة المطاعم.

قامت هذه الدراسة ببيان أهمية النواحي الملموسة في صناعة الخدمات وأهمية النـواحي غير الملموسة وعمل مقارنة بينهما من حيث صدق التقارب والاختلاف والنواحي غير الملموسة استخدمت في الدراسة الحالية كبعد من أبعاد الجودة في مؤسسات الخدمة.

- دراسة (Aalst. I, and Daly. C. 2002) بعنوان:

Studies concerned with tourism services in newzeland

هدفت الدراسة إلى بيان أهم الدراسات المتعلقة بقطاع الخدمات السياحية في نيوزلندا.

توصلت إلى النتائج الآتية:

1- يعد قطاع توفير وسائل المبيت والخدمات الغذائية للسائح من المكونات المهمة فـي قضاء عطلة نهاية الأسبوع على الرغم من أن المجموعات المختلفة تتوقـع مـستويات ومعايير مختلفة لمستوى الخدمة التي يمكن أن تقدم.

2- يتوقع السائحون من أمريكا وأستراليا تقديم خدمة ترفيهية، ولكن الجزء الأكبر مـن السائحين الألمان يهتمون بتجنب المنتجعات والفنادق الدولية، كذلك يتوقع الأفراد الـذين يستخدمون الخدمات على أساس الإقامة في منازل أو في كرفانات أن تـوفر مـستوى خدمات معينة أيضا.

3- أن هناك مستوى رضا مرتفعا عن مستوى الخدمة لاقامة السائحين، على الرغم من وجود بعض القضايا التي لا يرضى السائح عنها ومنها الأمريكيين أقل رضا عن توافر بدائل الإقامة، وكذلك يتوقع السائحون أيضا تحسين مستوى الخدمة.

4- يعد توافر إقامة من نوع جيد مع توافر مستوى خدمة متفوقة وتوافر المناخ لقـضاء عطلة هادئة من القضايا الأساسية التي تؤثر على مستوى الرضا، ويتوقـع الـسائحون الأمريكيون مستوى خدمة مميزا بالنسبة للإقامة، ويرون أن وجود فنادق غيـر لائقـة يعتبر من العناصر الأساسية لتدمير المتعة.

أوصت الدراسة ضرورة اعتماد معايير ونوعيات معينة من الخدمة وتوفير قيمة تفـوق توقعات السائح وتوفير الوسائل الضرورية للإقامة، التي يمكن أن تشكل عنصر جذب للسياح.

أفاد الباحث من نتائج هذه الدراسة في أن توقعات العملاء وإدراكهم لجودة الخدمـة المقدمـة فعليا، إنما تتأثر في مدى اعتماد العميل على معايير خاصة لنوعية الخدمة المقدمة من مؤسـسة الخدمة التي يتعامل معها.

- دراسة (Francis, 2004)، بعنوان:

The effect of export marketing programs on export efficiency in Canadian institutions.

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير برامج تسويق الصادرات على كفاءة التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم في كندا بهدف الوصول إلى إستراتيجية فاعلة لتـسويق تلك المؤسسات في الأسواق الدولية.

أوضحت الدراسة نتائج الدراسة:

1- إن الجهود التي قامت بها الحكومة الكندية لوضع برامج لتسويق الصادرات وإعداد الكوادر البشرية المدربة على إدارة المعارض في الأسـواق المـستهدفة، وتخـصيص

الأموال اللازمة للتسويق، مما أدى إلى دعم قدرة المؤسـسات محـل الدراسـة علـى التصدير

2- إن المؤسسات الكندية أفادت من البرامج التسويقية التي أعدتها الحكومة الكندية، مما ساعد هذه المؤسسات على القيام بحملات تسويقية فاعلة في الأسواق الدولية.

وقد تبين للباحث من خلال فحص علاقات هذه الدراسة وجود تأثير لبرامج تسويق الصادرات على كفاءة التصدير في المؤسسات على اختلاف أنواعها وأهميتها في بناء إسـتراتيجية فاعلـة لتسويق تلك المؤسسات في الأسواق الدولية.

- دراسة (T. Bonnit. Eric.2004) بعنوان:

The effect of investment climate in developing countries on direct foreign investment.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر المناخ الاستثماري في الدول النامية علـى حجـم الاستثمار الأجنبي المباشر.

وتوصلت الدراسة إلى أن المناخ الاستثماري بكل عناصره له أثر بالغ الأهميـة علـى حجم الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول النامية، وبالتالي فإن هذه العناصر تعتبر مـن أهـم العوامل المؤثرة في حجم التدفقات الأجنبية المباشرة.

أفاد الباحث من خلال الاطلاع على هذه الدراسة ان أثر المناخ الاستثماري على حجم الاستثمار الأجنبي المباشر له تأثير كبير في حجم التدفقات الأجنبية المباشرة.

2- 6 -3 علاقة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية

ت	اسم الباحث	عنوان الدراسة	صلة الدراسة بالدراسة الحالية
1	دائـرة التنميـة الاقتصادية، بلديـة دبي، (2000)،	تجربة إمارة دبي في التنميـة الـسياحية وعلاقتها بـالتخطيط العمراني المستقبلي	انه لتحقيق النجاح لتجربة إماراتي ابوظبي ودبي في مجال التنمية السياحية لابد من التنسيق بين جميع الدوائر المعنيـة فـي الإمارتين
2	مطيع يوسف محمد قيصي، (2000)	دراسة في جغرافيـة السياحة فـي منطقـة أريحا والبحر الميت	التعرف على أهم المقومـات الـسياحية وخصائصها وأهم العوامل المؤثرة فـي جذب السياح
3	عبيـد سـرور العتيبي، (2002)	السياحة والترويح في دولة الكويت	التعرف على الأنماط الـسياحية القائمـة والمقترحة وإبراز الأهميـة الاقتـصادية والاجتماعية التي تحققها السياحة
4	حـسين محمـد الصالح، (2004)	تجربـة التخطـيط السياحي في عمان	بينت أهمية الموقع الجغرافـي والمنـاخ كمقومات طبيعية تسهم في جذب السياح
5	الربيعي، (2005)	أثـر الـسياسات الاقتصادية على مناخ الاستثمار في الـدول العربية	بينت العلاقة بين استخدام الناتج المحلـي الإجمالي والاستثمار الأجنبـي المباشـر وهذا التوجه اعتمد عليه الباحث في هـذه الدراسة
6	عـادل العنـزي، (2005)	تحليل وتقييم العوامل المؤثرة على تـسويق الكويت كموقع سياحي في الخليج	درست عناصر المزيج الترويجي وأماكن التسوق ومؤسـسات الـضيافة وكيفيـة تأثيرهما في الصورة المدركة لدى السياح
7	Friedrich Zimmerman, (1995)	تنظيم الـسياحة فـي النمسا على المستوى الإقليمي	تحليل علاقة المجتمـع بمـشاكل البيئـة السياحية، ان المشروعات السياحية حققت استخداماً أمثل للموارد الطبيعية بالأقاليم.
8	Gaston LeBlanc & Nha (Nguyen,1996	تقييم صورة الـشركة بقطاع الخدمات مـن وجهة نظر العملاء	استخدام أبعاد جودة الخدمة للتعرف على رضـا العمـلاء وفـي تقيـيم صـورة المؤسسات الخدمية

9	William) (Gartner, 1996	التنظــيم الإقليمـــي للتطوير السياحي	أهمية توافر مقومات الجـذب الـسياحية وتكامل التسهيلات والإمكانات الـسياحية كالنقل والإيواء والخدمات الترفيهية
10	Juergen) Gnoth and Syed Aziz (Anwar, 2000	نيوزلندا الأفضل فـي سـياحة الأحـداث والمهرجانات	التعرف على الطريقة الأمثل في استغلال الأحداث والمهرجانات الرياضية
11	(Santos, 2001)	أهميـة النـواحي الملموسة واللاملموسة فـي إدراك جـودة الخدمة مـن وجهـة نظر المستهلكين	بيان أهمية النواحي الملموسة في صناعة الخدمات وأهمية النواحي غير الملموسـة وعمل مقارنة بينهما من حيـث صـدق التقارب والاخـتلاف والنـواحي غيـر الملموسة
12	Noel Y.m.siu Jeff Cheung, (2001)	قياس جودة الخدمـة فـي محـلات ذات الأقسام المتعددة	تناولت موضوع تقيـيم جـودة الخدمـة المقدمة من مؤسسات الخدمة، واستخدامها مقياس سيرف كوال لأبعاد جودة الخدمة
13	Aalst. I,) &Daly. C. (2002	الدراسـات المتعلقـة بقطـاع الخـدمات السياحية في نيوزلندا	تؤثر توقعات العملاء وإدراكهـم لجـودة الخدمة المقدمة فعليا على مـدى اعتمـاد العميل على معايير خاصة لنوعية الخدمة
14	Francis,) (2004	تأثير برامج تـسويق الصادرات على كفاءة التـصدير فـي المؤسسات الـصغيرة والمتوسطة في كندا	بيان مدى وجود تأثير لبـرامج تـسويق الصادرات على كفـاءة التـصدير فـي المؤسسات على اختلاف أنواعها وأهميتها في بناء إستراتيجية فاعلة لتـسويق تلـك المؤسسات في الأسواق الدولية.
15	T. Bonnit.) (Eric.2004	أثر المناخ الاستثماري في الدول النامية على حجم الاستثمار	بيان أثر المناخ الاستثماري على حجـم الاستثمار الأجنبي المباشر له تأثير كبير في حجم التدفقات الأجنبية

3-6 -4 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تتميز هذه الدراسة عن غيرها من الدراسات السابقة أنها تبحث في تقييم تجربة إمـارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين، حيث قام الباحث باستطلاع أراء المديرين العامين فـي الشركات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي من أجل التوصل إلى نتائج حول تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين، وما يمكـن إضافته من خلال التعرف على أثر عناصر المزيج التسويقي والعوامل البيئية المؤثرة في تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، إضافة إلـى التعـرف على أهم المؤشرات وأبعاد الأزمة الاقتصادية وتأثيراتها السلبية على الاقتصاد والاستثمار فـي مدينتي دبي وابوظبي.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

3-1 مجتمع الدراسة وعينته

3-2 وحدة التحليل وعينتها

3- 3 تصميم الدراسة

3-3-1 نوع الدراسة

3-3-2 طبيعة الدراسة

3-4 أسلوب جمع البيانات:

3-4-1 المصادر الثانوية

3-4-2 المصادر الأولية

3-4-3 أدوات الدراسة

3-5 اسلوب تحليل البيانات

3-6 صدق وثبات أداة الدراسة

4-7 ثبات فقرات الاستبانة

3-8 محددات الدراســة

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

يتناول هذا الفصل وصفا للطريقة والإجراءات التي استخدمها الباحث أثناء القيام بإجراء هذه الدراسة من أجل الإجابة عن الأسئلة التي تمثل مشكلة الدراسة والهدف منها، حيث يتضمن وصفا لنوع وطبيعة الدراسة ومجتمع الدراسة والعينة وكذلك أداة الدراسة وصدقها وثباتها كمـا تضمن الطرق المتبعة في جمع البيانات والأساليب الإحصائية لتحليل البيانات.

3-1 مجتمع الدراسة وعينته

يتكون مجتمع الدراسة من الشركات التي تعمل في الأنـشطة التجاريـة والاسـتثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي ويتكون من قسمين:

القسم الأول: ويمثل مجتمع الدراسة في دبي والبالغ عدده (2198) شركة، وهي موزعة على مختلف قطاعات التجارة والاستثمار والسياحة، والجدول رقم (3-1) يبين مجتمع الدراسة فـي إمارة دبي من حيث عدد الشركات في كل قطاع وما يمثله كل قطاع من نـسبة مئويـة لكامـل المجتمع.

الجدول (3-1)

الشركات التجارية والاستثمارية والسياحية في دبي

القطاع	عدد الشركات	النسبة المئوية %
التجارة	738	% 33.6
الاستثمار	674	% 30.7
السياحة	786	% 35.7
المجموع الكلى للشركات	**2198**	**% 100**

المصدر: الهيئة العامة للاستثمار، النشرة السنوية، الإمارات العربية المتحدة، (2008)

القسم الثاني: ويمثل مجتمع الدراسة في أبوظبي والبالغ عدده (2181) شركة، وهـي موزعـة على مختلف قطاعات التجارة والاستثمار والسياحة، والجدول (3-2) يبين مجتمع الدراسة فـي ابوظبي من حيث عدد الشركات في كل قطاع وما يمثله كل قطاع من نسبة مئوية للمجتمع.

الجدول (3-2)

الشركات التجارية والاستثمارية والسياحية في ابوظبي

القطاع	عدد الشركات	النسبة المئوية %
التجارة	724	% 33.2
الاستثمار	772	% 35.4
السياحة	685	% 31.4
المجموع الكلى للشركات	**2181**	**% 100**

المصدر: الهيئة العامة للاستثمار، النشرة السنوية، الإمارات العربية المتحدة، (2008).

أما الأسباب التي دفعت الباحث إلى اختيار هذا المجتمع فهي:

1- أهمية هذه الشركات بالنسبة لمدى إسهامها في تنويع مصادر الدخل القومي في دولة الإمارات العربية المتحدة وتحديدا في إمارتي دبي وأبوظبي.

2- إن هذه الشركات تلعب دورا كبيرا في عملية تقييم تجربة إمارتي دبـي وأبـوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية،.

3- إمكانية جمع معلومات حول هذه الشركات بسهوله ويسر مما يضاعف من إمكانيـة تجميع معلومات عنها بشكل أفضل.

4- الدور الكبير الذي تضطلع به هذه المؤسسات والذي لا يمكن تجاهله لتنفيـذ خطـط التنمية الاقتصادية والاجتماعية في إمارتي دبي وأبوظبي.

5- إن هذه الشركات تمتاز بكبر حجمها وحجم موجوداتها وتمتلك أصولا مالية كبيـرة ومتنوعة وثابتة.

أما بخصوص عينة الدراسة فقد قام الباحث باستخراجها حـسب الـصيغ الإحـصائية المعتمدة في تحديد حجم العينة وذلك حسب القانون التالي: (ابوشعر، 1997، ص253)

$$N = \frac{N}{(N-1)E2+1}$$

حيث إن:

N تعبر عن المجتمع الكلي للدراسة.

E تعبر عن الخطأ المسموح به وهو (5 / 100).

وبذلك حصل الباحث على عينة من مجتمعي الدراسة لإماراتي دبي وأبو ظبي مكونـة من (678) شركة وكما يلي:

<u>القسم الأول</u>: مجتمع الدراسة في دبي والبالغ عدده (2198) شـركة وكانـت العينـة (339) شركة تعمل في دبي، وبما ان أعداد الشركات متقاربة في القطاعات المشمولة في الدراسة فقـد قام الباحث بتوزيع الاستبانات على هذه القطاعات بنسبة الثلث لكل قطاع، والجدول رقم (3– 3) يبين توزيع هذه الشركات وحجم العينة في دبي.

$$N = \frac{2198}{(2198-1)\,(.05)2 + 1} = 339$$

الجدول رقم (3 – 3)

توزيع الشركات حسب القطاع الخدمي وحجم العينة في دبي

القطاع	العدد الكلي للشركات	عينة الدراسة
التجارة	738	113
الاستثمار	674	113
السياحة	786	113
المجموع الكلي للشركات	**2198**	**339**

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بناء على المراجعة الأدبية للإحصائيات الصادرة عن الهيئة العامة للاستثمار، النشرة السنوية، الإمارات العربية المتحدة، (2008).

القسم الثاني: مجتمع الدراسة في ابوظبي والبالغ عدده (2181) شركة، وكانت العينة (339) شركة تعمل في ابوظبي، وبما ان أعداد الشركات متقاربة في القطاعات المشمولة في الدراسة فقد قام الباحث أيضا بتوزيع الاستبانات على هذه القطاعات بنسبة الثلث لكل قطاع، وباستخدام طريقة العينة العشوائية، والجدول رقم (3 – 4) يبين توزيع هذه الشركات وحجم العينة في ابوظبي.

$$N = \frac{2181}{(2181-1)\,(.05)2 + 1} = 339$$

الجدول رقم (3 – 4)

توزيع الشركات حسب القطاع الخدمي وحجم العينة في ابوظبي

القطاع	العدد الكلي للشركات	عينة الدراسة
التجارة	724	113
الاستثمار	772	113
السياحة	685	113
المجموع الكلي للشركات	**2181**	**339**

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بناء على المراجعة الأدبية للإحصائيات الصادرة عن الهيئة العامة للاستثمار، النشرة السنوية، الإمارات العربية المتحدة، (2008).

3-2 وحدة التحليل وعينتها

لغايات جمع البيانات والمعلومات المطلوبة لإتمام الدراسة الحالية، فقد اعتمـد الباحـث على وحدة معاينة ضمت المديرين العامين في الشركات التي تعمـل فـي الأنـشطة التجاريـة والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي والبالغ عددها في الإمارتين (4379) شركة، وفي ان حالة تعذر الوصول إلى المدير العام فقد لجا الباحث إلى نوابهم لتعبئة الاستبانة.

وبعد أن أتم الباحث عملية اختيار أعداد الشركات المشمولة بالعينة قام بتوزيع اسـتبانة الدراسة على المديرين العامين وبمعدل استبانة واحدة لكل مؤسسة باستخدام العينـة العـشوائية البسيطة وكما يلي:

القسم الأول: عينة الدراسة في دبي حيث تم توزيع (339) استبانه بوساطة الباحث شخـصيا، حيث استرد منها (324) استبانة، وبنسبة (95.5 %) من عدد الاستبانات الموزعة، وبعد فرز الاستبانات المستردة تم استبعاد (4) استبانات لعدم صلاحيتها أو لعدم اكتمال تعبئتها، ليـستقر بذلك مجموع الاستبانات الخاضعة للمعالجة والتحليل الإحصائي (320) استبانة وبنسبة (94.4 %) من مجموع الاستبانات الموزعة، والجدول رقم (3 – 5) يوضـح مجمـوع الاسـتبانات الموزعة والمستردة والصالحة للتحليل في إمارة دبي.

الجدول (3 – 5)

مجموع الاستبانات الموزعة والمستردة والصالحة للتحليل في إمارة دبي.

نوع القطاع	عدد الاستبيانات الموزعة	عدد الاستبيانات المستردة	عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل
التجارة	113	108	107
الاستثمار	113	105	104
السياحة	113	111	109
المجموع	**339**	**324**	**320**

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بناءاً على نسبة الردود الواردة من الشركات.

القسم الثاني: عينة الدراسة في أبوظبي حيث تم توزيـع (339) اسـتبانه بوسـاطة الباحـث شخصيا، حيث استرد الباحث (321) استبانة، وبنـسبة (94.7 %) مـن عـدد الاسـتبانات الموزعة، وبعد فرز الاستبانات المستردة تم استبعاد (11) استبانة لعدم صـلاحيتها أو لعـدم اكتمال تعبئتها، ليستقر بذلك مجموع الاستبانات الخاضعة للمعالجة والتحليل الإحصائي (310) استبانات وبنسبة (91.4 %) من مجموع الاستبانات الموزعة، والجدول رقم (3 – 6) يوضح مجموع الاستبانات الموزعة والمستردة والصالحة للتحليل في ابوظبي.

الجدول (3 – 6)

مجموع الاستبانات الموزعة والمستردة والصالحة للتحليل في ابوظبي.

نوع القطاع	عدد الاستبيانات الموزعة	عدد الاستبيانات المستردة	عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل
التجارة	113	110	106
الاستثمار	113	103	102
السياحة	113	108	102
المجموع	**339**	**321**	**310**

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بناءاً على نسبة الردود الواردة من الشركات.

3- 3 تصميم الدراسة

3-3-1 نوع الدراسة

دراسة وصفيه هدفت إلى تقييم تجربة إمارتي دبي و ابوظبي كمركزي تجارة عـالميين في ضوء الأزمة المالية، حيث قام الباحث باسـتخدام الأسـلوب الوصـفي لوصـف العوامـل الديموغرافية للمديرين العامين في الشركات التي تعمل في الأنـشطة التجاريـة والاسـتثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبو ظبي، بالإضافة إلى تحليل متغيرات الدراسة من خلال تحويـل البيانات غير الكمية إلى متغيرات كمية قابلة للقياس.

3-3-2 طبيعة الدراسة

لقد تم إجراء هذه الدراسة في البيئة الفعلية التـي تعمـل بهـا المؤسـسات التجاريـة والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، وهذه الشركات تمـارس أعمـالا وأنـشطة خدمية، وقد أجريت هذه الدراسة بدون فرض أية قيود أو ضوابط قد تتحكم في نتائجها، كما انه لم يجر أي نوع من التحكم بمتغيرات الدراسة وتوجهاتها البحثية، وبناء على ذلـك فـإن هـذه الدراسـة تعتبر دراسة ميدانية كون المعلومات التي تم الحصول عليهـا كانـت مباشـرة مـن المديرين العامين، وهي دراسة تحليليـة استنتاجيه تم الاعتماد بشكل كامل فيها علـى المـسح الميداني لمجتمـع الدراسـة من خلال عينتها، وذلك باستخدام استبانتين تم تصميمهما خصيصا لخدمة أغراض وتوجهات الدراسة وبما يتناسب مع الفرضيات التي تم اعتمادها من قبل الباحث.

3-4 مصادر جمع البيانات:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على نوعين من مصادر المعلومات هما المصادر الأوليـة والمصادر الثانوية وكما يلي:

3-4-1 المصادر الثانوية

وهي البيانات التي تم الحصول عليها من المصادر المكتبية ومـن المراجعـة الأدبيـة للدراسات السابقة من أجل وضع الأسس العلمية والإطار النظري لهذه الدراسة مثل:

1. كتب تسويق الخدمات وخاصة التي تبحث في التسويق السياحي.
2. المواد العلمية التي تبحث في الأنشطة التجارية والاستثمارية.
3. الدوريات المتخصصة والنشرات.
4. رسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراه التي تبحث في موضوع الدراسة الحالية.

5. الإحصاءات الرسمية الصادرة عن الجهات المختصة.

6. التقارير الصادرة عن الهيئات ومراكز الأبحاث.

7. المعلومات المتوافرة على الإنترنت.

3-4-2 المصادر الأولية

وهي بيانات تم الحصول عليها من خلال تصميم وتطوير استبانتين خطيتين لموضـوع الدراسة الحالية، بحيث غطت الجوانب التي تناولها الإطار النظري والفرضيات التـي اسـتندت عليها الدراسة، حيث تم توزيع الاستبانتين على عينة الدراسة من خلال الباحث شخصيا.

3-4-3 أداة جمع البيانات:

قام الباحث باستخدام استبانتين خطيتين مكونتين من جزأين رئيسين خصص الأول منها للتعرف على العوامل الديموغرافية للمديرين العامين في المؤسسات عينة الدراسـة (الجـنس، العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى العلمي، والدخل الشهري)، فيما خـصص الجـزء الثـاني للعبارات التي تغطي فرضيات الدراسة، والتي تمثل تقييم تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، وعلى أساس مقياس ليكرت الخماسـي والمكـون مـن خمس نقاط (موافق جدا 5 علامات, موافق 4 علامات, محايد 3 علامات, غير موافق علامتان, غير موافق جدا علامة واحدة) حيث تم تغطيتها بأسئلة مثلت الفرضيات المعتمـدة فـي هـذه الدراسة.

5-3 قياس المتغيرات

شملت الدراسة الحالية المؤسسات التي تعمل في الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي وأبوظبي، حيث تم بيان أثر المتغيرات المستقلة التي تتمثل في عناصر المزيج التسويقي (الخدمة، السعر، التوزيع، الترويج، العاملين، تقديم الخدمة، والبيئة المادية) والعوامل البيئية (جاذبية الموقع، الاستقرار السياسي والاقتصادي والأمني، قوانين تشجيع الاستثمار، بيئة الأعمال والاستثمار، مؤسسات الضيافة، أماكن التسوق) في المتغير التابع وهو (تقييم تجربة إمارتي دبي و ابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية)، ولغايات الدراسة الحالية فقد استخدم الباحث استبانتين خطيتين مكونتين من الأجزاء التالية:

الجزء الأول: واشتمل على أسئلة تتعلق بالعوامل الديموغرافية للمديرين العامين مثل الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، مستوى الدخل.

الجزء الثاني: واشتمل على (105) عبارات تمثل أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع وقد غطت العبارات الأبعاد التالية:

أ. عناصر المزيج التسويقي الخدمي: وشمل (40) عبارة للتعرف على أثر عناصر المزيج التسويقي الخدمي في تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية، وتم قياسها بالعبارات من (1-40).

- الخدمة وشمل (5) عبارات للتعرف على أثر الخدمة في تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، وتم قياسها بالعبارات من (1-5).

- السعر وشمل (7) عبارات للتعرف على أثر السعر في تجربة إمارتي دبي و ابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمـة الماليـة، وتـم قياسـها بالعبارات من (6-12).

- التوزيع وشمل (4) عبارات للتعرف على أثر التوزيع في تجربة إمـارتي دبي و ابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، وتم قياسـها بالعبارات من (13-16).

- الترويج وشمل (10) عبارات للتعرف على أثر الترويج في تجربة إمارتي دبي و ابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، وتم قياسـها بالعبارات من (17-26).

- الناس وشمل (4) عبارات للتعرف على أثر العاملين في تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمـة الماليـة، وتـم قياسـها بالعبارات من (27-30).

- عملية تقديم الخدمة وشمل (4) عبارات للتعرف على أثـر عمليـة تقـديم الخدمة في تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين فـي ضـوء الأزمة المالية، وتم قياسها بالعبارات من (31-34).

- البيئة المادية وشمل (6) عبارات للتعرف على أثر البيئة المادية في تجربة إمارتي دبي و ابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، وتـم قياسها بالعبارات من (35-40).

ب. عوامل بيئية: وشمل (49) عبارة للتعرف على أثر العوامل البيئية في تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية، وتم قياسها بالعبارات من(41-89).

- جاذبية الموقع: وشمل (5) عبارات للتعرف على أثر جاذبية الموقع المتمثلة في موقعها المتوسط بين قارات العالم في تجربـة إمـارتي دبـي و ابـوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية وتم قياسـه بالعبـارات مـن (41- 45).

- الاستقرار السياسي: وشمل (5) عبارات للتعرف علـى أثـر الاسـتقرار السياسي والاقتصادي والأمني في تجربة إمارتي دبـي و ابـوظبي كمركـزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية وتم قياسه بالعبارات من (46-50).

- الاستقرار الاقتصادي: وشمل (6) عبارات للتعرف على أثـر الاسـتقرار الاقتصادي في تجربة إمارتي دبي و أبو ظبي كمركزي تجارة عـالميين فـي ضوء الأزمة المالية وتم قياسه بالعبارات من (51-56).

- الاستقرار الأمني: وشمل (4) عبارات للتعرف على اثر الاستقرار الأمني في تجربة إمارتي دبي و ابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضـوء الأزمـة المالية وتم قياسه بالعبارات من (57-60).

- قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكوميـة: وشـمل (8) عبـارات للتعرف على أثر قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية فـي تجربـة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة الماليـة وتـم قياسه بالعبارات من (61-68).

- بيئة الأعمال ومناخ الاستثمار: وشمل (10) عبارات للتعرف على أثر بيئة الأعمال ومناخ الاستثمار في تجربة إمارتي دبي و ابوظبي كمركـزي تجـارة عالميين في ضوء الأزمة المالية وتم قياسه بالعبارات من (69-78).

- مؤسسات الضيافة: وشمل (6) عبارات للتعرف على أثر توافر مؤسـسات الضيافة المتمثلة في الفنادق والمطاعم وشركات السياحة والسفر فـي تجربـة إمارتي دبي و ابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة الماليـة وتـم قياسه بالعبارات من (79-84).

- أماكن التسوق: وشمل (5) عبارات للتعرف على أثر توافر أماكن التـسوق المتمثلة بالمجمعات والأسواق التجارية والبنوك في تجربـة إمـارتي دبـي و ابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية مـن وجهـة نظـر تسويقية وتم قياسه بالعبارات من (85-89).

ج. تقييم تجربة إمارتي دبي وابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية وهو المتغير التابع في هذه الدراسة وتم قياسها بالعبارات من (90-105).

- تقييم تجربة إمارتي دبي وأبو ظبي كمنطقة جـذب سـياحية وشـمل (6) عبارات، وتم قياسها بالعبارات من (90-95).

- تقييم تجربة إمارتي دبي وأبو ظبي كمركز لتجارة الأعمـال وشـمل (5) عبارات، وتم قياسها بالعبارات من (96-100).

- تقييم تجربة إمارتي دبي وأبو ظبي كمركز للاستثمارات العالمية وشمل (5) عبارات، وتم قياسها بالعبارات من (101-105).

د. الملحق (1) يبين نموذج الاستبانة الموجهة للمديرين في إمارة دبي، والملحق (2) يبين نموذج الاستبانة الموجهة إلى المديرين في إمارة ابوظبي.

6-3 اسلوب تحليل البيانات

قام الباحث بالاستعانة بالأساليب الإحصائية ضمن برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال الدراسة الميدانية، حيث استخدمت أساليب الإحصاء الوصفي لوصف خصائص المستجيبن باستخدام التكرارات والنسب المئوية.

أما بالنسبة لاختبار فرضيات الدراسة فقد استخدمت مجموعة من أساليب الإحصاء الوصفي والاستدلالي وبالتحديد فقد استخدم الباحث الأساليب الإحصائية التالية:

أ. **مقاييس النزعة المركزية** (الوسط الحسابي والتكرارات والنسب المئوية والانحراف المعياري) وذلك لوصف أراء عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة.

ب. **اختبار تحليل التباين الأحادي** (Anova) وذلك لاختبار الفروق ذات الدلالة الإحصائية التي تعزى إلى الخصائص الديموغرافية للمديرين العامين المبحوثين على أسئلة الدراسة.

ج. **تحليل الانحدار الخطي البسيط** (Simple Regression) وذلك من أجل اختبار تأثير المتغيرات المستقلة وهي (عناصر المزيج التسويقي والعوامل البيئية) في المتغير التابع وهو (تقييم تجربة إمارتي دبي و ابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية).

3-7 صدق وثبات أداة الدراسة

تم التعرف على قدرة الاستبانة على قياس متغيرات الدراسة ومدى صلاحيتها كـأداة لجمـع البيانات، حيث تم عرضها على هيئـة محكمـين مـن الأسـاتذه المتخصـصين ذوي الخبـرة والاختصاص بعلم التسويق، وذلك لتأكيد أن الباحث قد قام بقياس ما يجب قياسه والوصول إلـى مستوى عال من الصدق الداخلي في الدراسة، من خلال الأخذ بمقترحاتهم وتوصياتهم القيمـة، بعد ذلك أجريت التعديلات اللازمة في ضوء هذه المقترحات والتعديلات، وذلك بإضافة ما يلزم إلى الأداة لتصبح أكثر توافقا مع غاياتها وبما يلائم متغيرات الدراسة والملحق (3) يبين أسماء الأساتذة محكمي الاستبانة.

4-8 ثبات فقرات الاستبانة

القسم الأول: تم استخدام اختبار (كرونباخ ألفا) لقياس مدى الاعتماديـة وثبـات أداة القيـاس لاستبانة المديرين في إمارة دبي، حيث تم استخراج معامل كرونباخ ألفا للاتساق الداخلي لجميع مقاييس الدراسة، ويوضح الجدول رقم (3-7) معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة حيث يلاحظ من قيم كرونباخ ألفا أنها كانت أعلى من 60% وهي النـسبة المقبولـة لتعمـيم نتـائج الدراسة، فيما بلغت درجة اعتمادية الاستبانة ككل وفقاً لمعيار كرونباخ ألفا (91.90%) وهـي نسبة ممتازة يعتمد عليها في اعتماد نتائج الدراسة الحالية.

الجدول (3-7)

قيمة معامل الثبات للاتساق الداخلي للمتغيرات المستقلة والتابعة بالنسبة لاستبانة المديرين في إمارة دبي

الفقرات	المتغير	كرونباخ ألفا
1-5	الخدمة	%87.95
6-12	السعر	%79.27
13-16	التوزيع	%78.41
17-26	الترويج	%63.75
27-30	الناس	%66.63
31-34	عملية تقديم الخدمة	%90.20
35-40	البيئة المادية	%84.07
41-45	جاذبية الموقع	%83.87
46-50	الاستقرار السياسي	%74.12
51-56	الاستقرار الاقتصادي	%80.89
57-60	الاستقرار الأمني	%81.89
61-68	قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية	%85.09
69-78	بيئة الأعمال ومناخ الاستثمار	%66.99
79-84	مؤسسات الضيافة	%72.89
85-89	إمكانيات التسوق	%82.87
90-95	نتائج التجربة كمنطقة جذب سياحية	%84.70
96-100	نتائج التجربة كمركز لتجارة الأعمال	%89.78
101-105	نتائج التجربة كمركز للاستثمارات العالمية	%73.85
1-105	المعدل العام للثبات	%91.90

القسم الثاني: بالنسبة لاستبانة المديرين في إمارة ابوظبي فقد تم استخدام اختبار (كرونباخ ألفا) لقياس مدى الاعتمادية وثبات أداة القياس، حيث تم استخراج معامل كرونباخ ألفا للاتساق الداخلي لجميع مقاييس الدراسة، ويوضح الجدول رقم (3-8) معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة، حيث يلاحظ من قيم كرونباخ ألفا أنها كانت أعلى من 60% وهي النسبة المقبولة

لتعميم نتائج الدراسة، فيما بلغت درجة اعتمادية الاستبانة ككل وفقـاً لمعيـار كرونبـاخ ألفـا (97.32%) وهي نسبة ممتازة أيضا يعتمد عليها في اعتماد نتائج الدراسة الحالية.

الجدول (3-8)

قيمة معامل الثبات للاتساق الداخلي للمتغيرات المستقلة والتابعة بالنسبة لاستبانة المديرين في إمارة ابوظبي

الفقرات	المتغير	كرونباخ ألفا
5-1	الخدمة	%88.42
12-6	السعر	%85.81
16-13	التوزيع	%70.26
26-17	الترويج	%81.73
30-27	الناس	%74.87
34-31	عملية تقديم الخدمة	%82.37
40-35	البيئة المادية	%62.13
45-41	جاذبية الموقع	%78.59
50-46	الاستقرار السياسي	%69.66
56-51	الاستقرار الاقتصادي	%84.19
60-57	الاستقرار الأمني	%84.09
68-61	قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية	%74.78
78-69	بيئة الأعمال ومناخ الاستثمار	%79.59
84-79	مؤسسات الضيافة	%82.49
89-85	إمكانيات التسوق	%71.82
95-90	نتائج التجربة كمنطقة جذب سياحية	%75.88
100-96	نتائج التجربة كمركز لتجارة الأعمال	%78.80
105-101	نتائج التجربة كمركز للاستثمارات العالمية	%71.45
105-1	المعدل العام للثبات	%97.32

3-9 حدود الدراسـة

تمثلت حدود الدراسة فيما يلي:

ا- اقتصرت الدراسة على أراء مديري المؤسسات التي تعمل في الأنـشطة التجاريـة والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي و ابوظبي، لاعتقـاد الباحـث بأهميـة هـذه القطاعات في تجربة إمارتي دبي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمـة المالية، وبذلك تتحدد حدود الدراسة المكانية في المؤسسات التي تعمـل فـي الأنـشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي و ابوظبي، ولم تشمل المدن الأخـرى في دولة الإمارات العربية المتحدة.

ب- اختار الباحث وحدة المعاينة من المديرين العامين في الشركات التـي تعمـل فـي الأنشطة التجارية والاستثمارية والسياحية في إمارتي دبي و ابوظبي، كونهم أقدر مـن غيرهم على التعامل مع نموذج الدراسة ومحتواها.

ج- أما الحدود الزمانية لهذه الدراسة فقد أجريت خلال الفترة الواقعة ما بـين تـشرين الأول 2008 وحتى تموز 2009.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة الميدانية

4-1 خصائص عينتي الدراسة

4-2 تحليل البيانات واختبار الفرضيات

4-2-1 تحليل البيانات واختبار الفرضيات لعينة دبي

4-2-2 تحليل البيانات واختبار الفرضيات لعينة ابوظبي

4-2-3 مقارنة النتائج

4-3 تحليل التباين للعوامل الديموغرافية لأراء عينة الدراسة حول فرضيات الدراسة

4-3-1 تحليل العوامل الديموغرافية لأراء عينة دبي حول فرضيات الدراسة

4-3-2 تحليل العوامل الديموغرافية لأراء عينة ابوظبي حول فرضيات الدراسة

4-3-3 مقارنة النتائج

4-4 نتائج المقابلات الشخصية مع المديرين

الفصل الرابع

تحليل ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد

بعد ان أنهى الباحث عملية جمع المعلومات والبيانات بوسـاطة أداة الدراسـة اسـتخدم برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في تحليلها، حيث تم استخدام الأسـاليب الإحصائية المناسبة لدراسة خصائص مجتمعي الدراسة الديموغرافية واختبار الفرضيات التي تم اعتمادها لأغراض الدراسة الحالية.

4-1 خصائص عينتي الدراسة

استخدم الباحث الأسلوب الوصفي في استخراج التكرارات والنسبة المئوية للمعلومات المتعلقة بالعوامل الديموغرافية لمجتمعي الدراسة والتي تم الحصول عليها من خلال إجابـات العينة عن الجزء الأول من أداة الدراسة، ويمكن تلخيص هذه الإجابات بالجدول (4-1) التالي:

الجدول (4-1)

توزيع عينتي الدراسة لدبي وأبوظبي

المتغير	الفئات والمسميات	دبي		أبو ظبي	
		التكرارات	النسبة المئوية %	التكرارات	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	189	%59.1	183	%59.0
	أنثى	131	%40.9	127	%41.0
	المجموع	**320**	**%100**	**310**	**%100**
العمر	30 سنة– اقل من40سنة	77	%24	92	%29.7
	40 سنة– اقل من50سنة	101	%31.6	172	%55.5
	50 سنة فأكثر	142	%44.4	46	%14.8
	المجموع	**320**	**% 100**	**310**	**% 100**
المستوى العلمي	بكالوريوس	154	%48.1	174	%56.1
	ماجستير	145	%45.3	121	%39.0
	دكتوراه	21	%6.6	15	%4.8
	المجموع	**320**	**% 100**	**310**	**% 100**
الحالة الاجتماعية	أعزب	31	9.6	18	5.8
	متزوج	267	83.5	285	91.9
	أرمل	22	6.9	7	2.3
	المجموع	**320**	**% 100**	**310**	**% 100**
الدخل الشهري **بالدولار**	2500 أقل من3000	22	6.9	18	5.8
	3000 إلى أقل من 3500	42	13.1	26	8.4
	3500 إلى أقل من 4000	98	30.6	192	61.9
	4000 إلى أقل من 4500	100	31.3	25	8.1
	أكثر من 4500	58	18.1	49	15.8
	المجموع	**320**	**% 100**	**310**	**% 100**

يتبين من خلال الجدول السابق رقم (4-1) ما يلي:

1- إن نسبة الذكور 59.1 % من إجمالي عينة الدراسة في دبي، مقابل 59% من إجمالي عينة الدراسة في أبو ظبي، في حين بلغت نسبة الإناث40.9 % من عينة الدراسة في دبـي مقابـل 41% من إجمالي عينة الدراسة في ابوظبي.

2- إن اعمار النسبة الأعلى من المستجيبين في عينة دبي يتركزون في الفئة التكرارية (50 سنة فأكثر) وشكلوا ما نسبته 44.4% من إجمالي عينة الدراسة في دبي، مقابل 14.8% من إجمالي عينة الدراسة في ابوظبي التي شكلت الفئة التكرارية (40 سنة – أقل من 50 سـنة) النـسبة الأكبر عن باقي الفئات مقابل 31.6% في عينة دبي، فيما شكل الذين تقل أعمارهم عن 40 سنة النسبة المتبقية من عينتي الدراسة حيث بلغت النسبة 24% في دبي مقابل 29.7% في أبوظبي، وتفسر الأرقام الواردة بالجدول السابق بان غالبية المديرين العامين تزيد أعمارهم على 40 سنة فإنه يمكن القول إن هؤلاء حتى يصلوا إلى هذا المستوى الإداري فإنهم يحتاجون إلـى سـنوات طويلة وخبرات عديدة تؤهلهم للعمل في هذا المنصب الإداري العالي.

3- إن حملة الشهادة الجامعية الأولى (البكالوريوس) هم الأكثر في عينتي الدراسة حيث بلـغ عددهم (154) مستجيباً وبنسبة بلغت (48.1) في المائة من إجمـالي حجـم عينـة دبـي المبحوثة، مقابل (174) مستجيباً وبنسبة بلغت (56.1) في المائة من إجمـالي حجـم عينـة أبوظبي، ثم جاء حملة درجة الماجستير وبلغ عددهم (145) مستجيبا وبنسبة بلغـت (45.3) في المائة من إجمالي حجم عينة دبي، مقابل (121) مستجيباً وبنسبة بلغت (39) في المائة من إجمالي حجم عينة أبو ظبي، فيما يلاحظ التقارب بين العينتين مـن حملـة درجـة الـدكتوراه وخلوهما من حملة الشهادات الدنيا والمتوسطة، وبدراسة هذه الخاصية فإنـه يمكـن القـول إن

ارتفاع مستوى التحصيل العلمي لدى عينتي الدراسة يعزى إلى زيـادة التوجـه نحـو التعلـيم الجامعي وزيادة الاهتمام والدعم الحكومي الذي تقدمه دولة الإمارات العربية المتحـدة بـشكل خاص ودول الخليج العربي بشكل عام للتعليم، إضافة إلى أن هذه المستويات الإداريـة تتطلـب مؤهلات علمية قد لا تتوافر لدى الكثيرين ممن يرغبون إشغال مثل هذه المناصب.

4- يلاحظ التفوق المطلق لفئة المتزوجين في عينتي الدراسة على باقي الفئات، حيث بلغ عددهم (267) مستجيباً وبنسبة بلغت (83.5) في المائة من إجمالي حجم عينة دبي المبحوثة، مقابل (285) مستجيباً وبنسبة بلغت (91.9) في المائة من إجمالي حجم عينة أبو ظبي، ثم جـاءت فئة العزاب وبلغ عددهم (31) مستجيبا وبنسبة بلغت (9.6) في المائة من إجمالي حجم عينة دبي، مقابل (18) مستجيباً وبنسبة بلغت (5.8) في المائة من إجمالي حجم عينة أبو ظبي، أما فئة الأرمل فبلغ عددهم (22) مستجيبا في عينة دبي وبنـسبة (6.9) فـي المائـة، مقابـل (7) مستجيبين فقط في عينة ابوظبي وبنسبة (2.3)، وخلت عينتا الدراسة من فئة المطلقـين، ومـن خلال تفحص الأرقام الواردة بالجدول السابق فإنه يمكن القول إن مجتمعا يمثله مديرون عامون يشكل المتزوجون فيه النسبة الأكبر يكون طبيعيا كون مثل هذه الفئة يميل من ينتمي إليها إلـى الاستقرار في حياتهم الخاصة، ولديهم من الالتزامات العائلية التي تفرض عليهم أوضاعا تختلف عن الفئات الأخرى.

5- إن غالبية المستجيبين في عينتي الدراسة هم من ذوي الدخول الشهرية التي تزيد على أربعة ألاف دولار، حيث بلغ عددهم (256) مستجيباً وبنسبة بلغت (80) في المائة مـن إجمـالي حجم عينة دبي المبحوثة، مقابل (266) مستجيباً وبنسبة بلغت (83.1) في المائة من إجمـالي حجم عينة أبو ظبي، وتعكس الأرقام الواردة بالجدول السابق ارتفاع مستوى دخـول المـديرين

العامين في الشركات المبحوثة، وهذا هو الواقع الذي تعيشه غالبية دول الخليج العربـي حيـث يرتفع فيها مستوى دخول الأفراد بشكل عام ومديري الشركات بشكل خاص.

4-2 تحليل البيانات واختبار الفرضيات

تم اختبار فرضيات الدراسة في الجزء الثاني من الاستبانة حيث تم التعرف على إجابات عينتي الدراسة وفق مقياس ليكرت الخماسي، والذي يتكون من خمس نقاط (موافـق جـدا 5، موافق 4، محايد 3، غير موافق 2، غير موافق جدا 1)، والجداول التاليـة تبـين المتوسـطات الحسابية والانحرافات المعيارية لهذه المتغيرات:

4-2-1 تحليل البيانات واختبار الفرضيات لعينة دبي

الفرضية الرئيسة الأولى

وتنص هذه الفرضية على " **لا يوجد تأثير لعناصر المزيج التسويقي الخدمي مجتمعـة فـي تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية** "

تم اختبار هذه الفرضية باستخدام تحليل الانحدار البسيط والجدول التالي (4-2) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-2)

نتائج اختبار الانحدار المتعدد (Multiple Regression)لتأثير عناصر المزيج التسويقي الخدمي مجتمعة في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	1.899	.161		11.817	.000	1.645
عناصر المزيج التسويقي	.567	.042	.524	11.612	.000	

R= .611

R^2=.374

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-2) أن قيمة t المحسوبة هي (11.612) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدولية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية فإنه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود تأثير لعناصر المزيج التسويقي في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية " وهذا ما تؤكده قيمة الدلالة البالغة 0.000 حيث إنها أقل من 5%، وقد تم اختبار هذه الفرضية من خلال تجزئتها إلى عدد من الفرضيات الفرعية وكما يلي:

4-2-1-1 الخدمة

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO1-1 لا يوجد تأثير للخدمة في تجربة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر الخدمة في تجربة دبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
1	أثرت الأزمة المالية سلبيا على مستوى الخدمات المقدمة	3.30	3	1.2884	**3**
2	أسهمت الأزمة المالية في التأثير السلبي على درجة التنوع في الخدمات المقدمة	3.48	3	, 9232	1
3	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من إمكانيات تقديم خدمات منافسة	3.13	3	1.0054	4
4	ان الأزمة قللت من إمكانيات تقديم خدمات بالطريقة التي تلبي احتياجات القادمين	3.07	3	1.1520	5

5	أسهمت الأزمة في التأثير على سمعة دولة	3.46	3	1.1108	2
	المتوسط العام	**3.29**	**3**	**1.096**	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسئلة الاستبانة (1-5) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (320) إجابة, حيث تم استخراج المتوسط الحسابي فكان (3.291) وهذا المتوسط أعلى من متوسط أداة القياس المعتمد في هذه الدراسة، ويتبين أن هذا المتوسط يقع بين درجة الحياد (+ 3) ودرجة الموافقة (+ 4)، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (3.48-3.07) وأن العبارة رقم (2) والتي تنص على أن " أسهمت الأزمة المالية في التأثير السلبي على درجة التنوع في الخدمات المقدمة "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (4) والتي تنص على أن " ان الأزمة المالية قللت من إمكانات تقديم خدمات تجارية وسياحية بالطريقة التي تلبي احتياجات ورغبات القادمين "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فان الجدول التالي (4-4) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-4)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير الخدمة في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.718	.065		41.807	.000	1.645
الخدمة	.059	.019	.170	3.076	.002	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-4) أن قيمة t المحسوبة هي (3.076) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدولية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية فانه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود تأثير للخدمة في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية " وهذا ما تؤكده قيمة الدلالة البالغة 0.002 حيث إنها اقل من 5%.

4-2-1-2 السعر

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO1-2 لا يوجد تأثير للسعر في تجربة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية**.**

الجدول (4-5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر السعر في تجربة دبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط الأداة	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
6	ان الأزمة المالية جعلت الأسعار غير ملائمة لجودة الخدمات المقدمة	3.27	3	, 9589	**4**
7	ان الأزمة المالية قللت من الخصومات المنوحة على الخدمات المقدمة	2.58	3	1.141	6
8	أثرت الأزمة في انخفاض أسعار الخدمات	3.30	3	, 9554	3
9	أثرت الأزمة المالية على أسعار الخدمات المقدمة مما افقدها القدرة على المنافسة	2.54	3	, 9086	7
10	أسهمت الأزمة المالية في زيادة رسوم وتكاليف الخدمات المقدمة	2.75	3	1.183	5
11	قللت الأزمة من نسبة الطلب على الخدمات	3.80	3	, 6168	1
12	أثرت الأزمة المالية سلبيا على نسبة	3.56	3	, 7604	2

	المعروض من الخدمات المقدمة				
	المتوسط العام	**3.11**	**3**	**,9439**	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسئلة الاستبانة (6-12) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (320) إجابة, حيث تم استخراج المتوسط الحسابي فكان (3.11) وهذا المتوسط أعلى من متوسط أداة القياس المعتمد في هـذه الدراسـة، ويتبين ان هذا المتوسط يقع بين درجة الحياد (+ 3) ودرجة الموافقـة (+ 4)، وقـد تراوحـت إجابات عينة الدراسة بين (3.80- 2.54) وأن العبارة رقم (11) والتي تنص على أن " الأزمـة المالية قللت من نسبة الطلب على الخدمات المقدمة "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابـات، فـي حين أن العبارة رقم (9) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أثرت علـى أسـعار الخـدمات المقدمة مما افقدها القدرة على المنافسة "، هي الأقل بين متوسطات إجابات عينة الدراسة.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-6) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-6)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير السعر في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.416	.076		31.800	.000	1.645
السعر	.159	.024	.350	6.658	.000	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-6) أن قيمة t المحـسوبة هـي (6.658) وقيمتها الجدولية (1,645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من t الجدولية فانه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص علـى " وجود تأثير للسعر في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية " وهذا ما تؤكده قيمة الدلالة البالغة صفراً حيث إنها اقل من 5%.

4-2-1-3 التوزيع

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO1-3 لا يوجد تأثير للتوزيع في تجربة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر التوزيع في تجربة دبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
13	أثرت الأزمة المالية سلبيا على توفير وسـائط نقل مناسبة إلى دبي	2.35	3	1.010	**4**
14	تعد الأزمة سببا رئيسيا في التأثير على قـرار اختيار دبي كجهة قصد	3.44	3	, 9485	1
15	أثرت الأزمة سلبيا على مدى توفر الخـدمات التي يحتاجها القادمون لإتمام الأعمال التجارية في الوقت المناسب	2.96	3	, 8668	2
16	أثرت الأزمة سلبيا على الخـدمات اللازمـة لإتمام الأعمال التجارية في المكان المناسب	2.91	3	, 9178	3
	المتوسط العام	2.92	3	, 9358	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (13-16) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (320) إجابة, حيث تـم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (2.92) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (3.44- 2.35) وأن العبارة رقم (14) والتـي تنص على أن " الأزمة المالية تعد سببا رئيساً في التأثير السلبي على قرار اختيار دبي كجهة قصد تجارية وسياحية "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (13) والتـي تنص على أن " الأزمة المالية أثرت سلبيا على توفير وسائط نقل مناسبة إلى دبي"، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-8) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-8)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير التوزيع في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
Constant	3.409	.079		43.341	.054	1.645
التوزيع	-.170	.026	-.340	-6.438	.060	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-8) أن قيمة t المحسوبة هـي (- 6.438) وقيمتها الجدولية (1,645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية، وبما إن قاعدة القرار تشير إلى أنه إذا كانت قيمة t المحسوبة

أقل من t الجدولية فانه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على " عدم وجود تأثير للتوزيع في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

4-2-1-4 الترويج

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO1-4 لا يوجد تأثير للترويج في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة.

الجدول (4-9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر الترويج في تجربة دبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط الأداة	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
17	أثرت الأزمة سلبيا على موازنـات التـرويج للخدمات السياحية والتجارية	4.25	3	, 9001	**1**
18	تعد الأزمة المالية سببا في التقليل من الندوات حول الخدمات المقدمة	3.63	3	, 9857	4
19	أسهمت الأزمة المالية في تقليـل الإعلانـات حول الخدمات المقدمة	3.78	3	, 8629	2
20	انخفضت المواد والبـرامج الدعائيـة حـول المزايا التجارية والسياحية في الإمارات	3.73	3	, 8709	3
21	أدت الأزمة إلى عدم وجود التقارير والأخبار حول الخدمات المقدمة	2.84	3	1.1603	9
22	ظهور الأزمة قلت من اهتمام الشركات فـي الرعاية الرسمية للمهرجانات	3.60	3	1.1427	5
23	أدت الأزمة المالية إلـى تقليـل المعـارض والمهرجانات والمسابقات	3.01	3	, 9500	8
24	أثرت الأزمة على فاعلية برامج التي تعـزز الثقة والسمعة لمستوى الخدمات	2.94	3	, 9985	7
25	قللت الأزمة من أهمية البرامج الدعائية حـول مزايا الخدمات المقدمة	3.19	3	1.125	6
26	أدت الأزمة إلى التقليل من البرامج التي تدعم الصورة الذهنية والانطباعات حول الإمارات	2.43	3	, 9608	10
	المتوسط العام	3.34	3	,9972	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسئلة الاستبانة (17-26) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (320) إجابة, حيث تم استخراج المتوسط الحسابي فكان (3.34) وهذا المتوسط أعلى من متوسط أداة القياس المعتمد في هذه الدراسة، ويتبين ان هذا المتوسط يقع بين درجة الحياد (+ 3) ودرجة الموافقة (+ 4)، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (4.25 - 2.43) وأن العبارة رقم (17) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أثرت سلبيا على موازنات الترويج للخدمات السياحية والتجارية "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (26) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أدت إلى التقليل من البرامج التي تدعم الصورة الذهنية والانطباعات حول دولة الإمارات"، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-10) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-10)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير الترويج في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	R	R^2
	B	Std. Error	Beta				
Constant	1.770	.101		17.594	.000	.540	1.645
الترويج	.341	.030	.540	11.443	.000		

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-10) أن قيمة t المحسوبة هـي (11.443) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من t الجدولية فإنه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص علـى " وجود تأثير للترويج في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

4-2-1-5 الناس

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO1-5 لا يوجد تأثير للناس في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة.

الجدول (4-11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر الناس في تجربة دبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
27	تعد الأزمة سببا بتقليل نوعية الخدمات التي يقدمها العاملون بالنشاطات الخدمية	2.51	3	1.1928	**3**
28	أسهم ظهور الأزمة فـي التقليـل مـن الاهتمام بنشاطات التدريب والتطوير	3.71	3	, 8915	1
29	أدت الأزمـة الماليـة إلـى انخفـاض المكافآت والحوافز التي يتلقاها العاملون	3.65	3	, 4822	2
30	أثرت الأزمة الماليـة علـى مـستوى الخدمات التي يقدمها العاملون لرجـال الأعمال والسياح	1.85	3	, 5980	4
	المتوسط العام	2.93	3	, 7912	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (27-30) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (320) إجابة, حيث تـم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (2.93) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (3.71 - 1.85) وأن العبارة رقم (28) والتـي تنص على أن " ظهور الأزمة المالية أسهم في التقليل من الاهتمام بنشاطات التـدريب والتطـوير للعاملين"، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (30) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أثرت على مستوى الخدمات التي يقدمها العاملون لرجال الأعمال والـسياح "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-12) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-12)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير الناس في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	3.160	.110		28.784	.000	1.645
العاملون	-.078	.034	-.127	-2.285	.053	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-12) أن قيمة t المحسوبة هي (- 2.285) وقيمتها الجدولية (1,645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدولية، يتبين أن القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أقل من t الجدولية فإنه يتم قبول الفرضية العدمية، التي تنص على " عدم وجود تأثير للناس في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

4-2-1-6 عملية تقديم الخدمة

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO1-6 لا يوجد تأثير لعملية تقديم الخدمة في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-13)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر عملية تقديم الخدمة في تجربة دبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
31	قلت الأزمة المالية فاعلية الطرق والإجراءات التي تمكن من توصيل وتوفير الخدمة إلى التجار والسياح	2.75	3	, 9509	**2**
32	ساعدت الأزمة المالية في جعل سلوك العاملين مع التجار والسياح سلبيا	1.83	3	,5895	4
33	أسهمت الأزمة في التقليل من اشتراك التجار والسياح في إنجاز الخدمة	2.95	3	1.0787	1
34	ساعدت الأزمة في التقليل من حرية التصرف للناس أثناء تقديم الخدمة	1.91	3	,3446	3
	المتوسط العام	2.36	3	,7409	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (31-34) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (320) إجابة, حيث تـم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (2.36) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (2.95 - 1.83) وأن العبارة رقم (33) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أسهمت في التقليل من اشتراك التجار والسياح في إنجاز الخدمة "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (32) والتـي تـنص علـى أن " الأزمة المالية ساعدت في جعل سلوك الناس مع التجار والسياح سلبيا "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-14) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-14)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير عملية تقديم الخدمة في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	3.331	.087		38.247	.000	1.645
عملية تقديم الخدمة	-.177	.036	-.265	4.891	.000	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-14) أن قيمة t المحسوبة هي (4.891) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدولية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة اكبر من t الجدولية فانه يتم قبول الفرضية العدمية، التي تنص على" عدم وجود تأثير لعملية تقديم الخدمة في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

4-2-1-7 البيئة المادية

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO1-7 لا يوجد تأثير للبيئة المادية في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية**.**

الجدول (4-15)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر البيئة المادية في تجربة دبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط الأداة	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
35	أسهمت الأزمة في التقليل من أهمية جاذبية الأبنية والمنشات الموجودة بدبي	3.87	3	,3552	**1**
36	أسهمت الأزمة بالتقليل من أهمية توفر وسائل الاتصال الحديثة والمتطورة	2.30	3	,7161	6
37	قلات الأزمة من أهمية وسائل النقل المتطورة والمطارات والمعابر الجوية	2.30	3	,9165	5
38	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية توفر الخدمات الترفيهية المقدمة	3.28	3	1.0704	2
39	قلات الأزمة المالية من أهمية توفر المعدات والأجهزة في مؤسسات الخدمة	2.70	3	1.067	3
40	أسهمت الأزمة بالتقليل من أهمية توفر الإشارات والأدلة لمؤسسات الخدمة	2.45	3	,7024	4
	المتوسط العام	2.82	3	,8046	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (35-40) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (320) إجابة, حيث تـم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (2.82) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (2.30-3.87) وأن العبارة رقم (35) والتـي تنص على أن " الأزمة المالية أسهمت في التقليل من أهمية جاذبية الأبنية والمنشات الموجودة في دبي "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (36) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أسهمت في التقليل من أهمية توافر وسائل الاتصال الحديثة والمتطورة (الهاتف، الفاكس، الانترنت)"، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-16) يبـين النتـائج التـي تـم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-16)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير البيئة المادية في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.973	.082		36.106	.000	1.645
البيئة المادية	-.022	.029	-.043	-.759	.448	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-16) أن قيمة t المحسوبة هي (- 0.759) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة

المحسوبة أقل من القيمة الجدولية، وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أقل من t الجدولية فإنه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على " عدم وجـود تـأثير للبيئـة المادية في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

الفرضية الرئيسة الثانية:

تنص هذه الفرضية على " **لا يوجد تأثير للعوامل البيئية مجتمعة في تجربة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية** "، وقد تم اختبار هذه الفرضـية باستخدام تحليل الانحدار البسيط والجدول التالي (4-17) يبين النتائج التي تم الحصول عليها.

الجدول (4-17)

نتائج اختبار الانحدار المتعدد (Multiple Regression) لتأثير العوامل البيئية مجتمعة في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	1.459	.134		11.817	.000	1.645
العوامل البيئية والثقافية	.491	.065	.511	9.126	.000	

R=.607
R^2= .368

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-17) أن قيمة t المحـسوبة هـي (9.126) وقيمتهـا الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدولية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبـر من القيمة الجدولية، وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية فانه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود تـأثير العوامل البيئية في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية".

وتم اختبار هذه الفرضية من خلال تجزئتها إلى عدد من الفرضيات الفرعية وكما يلي:

4-2-1-8 جاذبية الموقع

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO2-1 لايوجد تأثير لجاذبية الموقع في تجربة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة**.**

الجدول (4-18)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر جاذبية الموقع في تجربة دبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
41	أضعفت الأزمة المالية من جاذبية الموقع الجغرافي المتوسط لدبي والذي يمثل ملتقى التجارة العالمية	3.40	3	1.1547	**1**
42	قللت الأزمة المالية من أهمية الثروة التاريخية المميزة والمواقع الأثرية في دبي	2.66	3	,9940	5
43	أثرت الأزمة المالية على جاذبية المعالم والعوامل التي تلبي اهتمامات رجال الأعمال والزوار القادمين	3.03	3	,9642	3
44	قللت الأزمة من أهمية موقع الإمارات الملائم من حيث سهولة الوصول إليه	2.74	3	,9834	4
45	أسهمت الأزمة بالتقليل من أهمية مزايا الشعب الإماراتي في كرم الضيافة	3.23	3	1.133	2
	المتوسط العام	3.01	3	1.046	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسئلة الاستبانة (41-45) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (320) إجابة, حيث تم استخراج المتوسط الحسابي فكان (3.01) وهذا المتوسط أعلى من متوسط أداة القياس المعتمد في هذه

الدراسة، ويتبين ان هذا المتوسط يقع بين درجة الحياد (+ 3) ودرجة الموافقـة (+ 4)، وقـد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (2.66-3.40) وأن العبارة رقم (41) والتي تنص علـى أن " الأزمة المالية أضعفت من جاذبية الموقع الجغرافي المتوسط لدبي والـذي يمثـل ملتقـى التجارة العالمية "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (42) والتـي تنص على أن " الأزمة المالية قللت من أهمية الثروة التاريخية المميزة والمواقع الأثريـة فـي دبي"، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-19) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-19)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير جاذبية الموقع في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.551	.053		48.073	.000	1.645
جاذبية الموقع	.128	.018	.368	7.065	.000	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-19) أن قيمة t المحسوبة هـي (7.065) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة

أكبر من t الجدولية فانه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص علـى " وجود تأثير لجاذبية الموقع في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية".

4-2-1-9 الاستقرار السياسي

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO2-2 لايوجد تأثير للاستقرار السياسي في تجربة دبي كمركز تجارة في ضوء الأزمة.

الجدول (4-20)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر الاستقرار السياسي في تجربة دبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
46	أسهمت الأزمة في زيادة البطالة والتي عززت الدافعية والاسـتعداد لانتهـاك الأنظمة والمعايير السلوكية العامة	3.55	3	,9455	**1**
47	أثرت الأزمة على الأنظمـة والمبـادئ والقواعد السلوكية المألوفة في المجتمع	2.16	3	,8737	3
48	قللت الأزمة مـن أهميـة الاسـتقرار السياسي الذي تتمتع به دولة الإمارات	1.80	3	,5287	4
49	قللت الأزمة المالية من فرص تحقيـق الاستقرار السياسي في دولة الإمارات	2.31	3	1.227	2
50	أسهمت الأزمة في التقليل مـن أهميـة وجود رؤيا واضحة وحركة اقتـصادية قوية تدل على الاستقرار السياسي	1.75	3	,5990	5
	المتوسط العام	**2.31**	**3**	**,8349**	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (46-50) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (320) إجابة, حيث تـم اسـتخراج

المتوسط الحسابي فكان (2.31) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (1.75-3.55) وأن العبارة رقم (46) والتـي تنص على أن " الأزمة المالية أسهمت في زيادة البطالة والتي عززت الدافعية والاستعداد لانتهاك الأنظمة والمعايير السلوكية العامة "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (50) والتي تنص على أن " الأزمة أسهمت في التقليل من أهمية وجود رؤيا واضحة وحركـة اقتصادية قوية تدل على الاستقرار السياسي لدولة الإمارات "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-21) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-21)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير الاستقرار السياسي في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
Constant	2.947	.073		40.255	.000	1.645
الاستقرار السياسي	-.015	.031	-.028	-.497	.620	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق (4-21) أن قيمـة t المحـسوبة كانـت (-0.497) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدولية، يتبين أن

القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانـت قيمـة t المحسوبة أقل من قيمة t الجدولية فانه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على " عدم وجود تأثير للاستقرار السياسي في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

4-2-1-10 الاستقرار الاقتصادي

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO2-3 لا يوجد تأثير للاستقرار الاقتصادي في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عـالمي فـي ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-22)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر الاستقرار الاقتصادي في تجربة دبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
51	قللت الأزمة الماليـة مـن أهميـة التطـور الاقتصادي كقاعدة مثالية لأسواق العالم	3.25	3	,9834	3
52	لم تسهم الأزمة المالية في الفرص الاستثمارية التي تدعم الاقتصاد الوطني لدولة الإمارات	2.25	3	1.077	6
53	قللت الأزمة المالية من قيمة وحجم القـروض والتسهيلات التجارية والاستثمارية الممنوحة	4.61	3	,8518	1
54	قللت الأزمة الماليـة مـن معـدلات النمـو الاقتصادي في دولة الإمارات	3.58	3	,9532	2
55	أسهمت الأزمة في زيادة الحواجز والقيود على حركة التجارة وتحرك رؤوس الأموال	2.41	3	,6808	4
56	أسهمت الأزمة في التقليل من تناسق العلاقات الاقتصادية والتجارية في دولة الإمارات	2.30	3	,5967	5
	المتوسط العام	3.07	3	,8586	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (51-56) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (320) إجابة, حيث تـم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (3.07) وهذا المتوسط أعلى من متوسط أداة القياس المعتمد فـي هـذه الدراسة، ويتبين أن هذا المتوسط يقع بين درجة الحياد (+ 3) ودرجـة الموافقـة (+ 4)، وقـد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (2.25-4.61) وأن العبارة رقم (53) والتي تنص على أن " الأزمة المالية قللت من قيمة وحجم القروض والتسهيلات التجارية والاستثمارية الممنوحة "، هـي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (52) والتي تنص على أن " الأزمـة المالية أسهمت في التقليل من الفرص الاستثمارية التي تدعم الاقتصاد الوطني لدولة الإمـارات "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فان الجدول التالي (4-23) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-23)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير الاستقرار الاقتصادي في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.860	.106		27.061	.000	1.645
الاستقرار الاقتصادي	.017	.034	.028	2.491	. 000	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-23) أن قيمة t المحسوبة هـي (2.491) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية وبما أن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من t الجدولية فانه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول البديلة التي تنص علـى " وجـود تأثير للاستقرار الاقتصادي في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية".

4-2-1-11 الاستقرار الأمني

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO2-4 لا يوجد تأثير للاستقرار الأمني في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضـوء الأزمة المالية.

الجدول (4-24)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر الاستقرار الأمني في تجربة دبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط الأداة	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
57	أسهمت الأزمة المالية في زيادة معـدل الجريمة في دولة الإمارات	1.94	3	1.3355	**2**
58	أسهمت الأزمة المالية فـي إضـعاف السيطرة الأمنية في الإمارات	1.88	3	1.2628	3
59	ظهور الأزمة المالية يتطلب إجـراءات أمنية مشددة ومعقدة	4.37	3	,9255	1
60	أدت الأزمة المالية إلى خلل المنظومـة الأمنية الوطنية لدولة الإمارات	1.69	3	1.2539	4
	المتوسط العام	**2.47**	**3**	**1.194**	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (57-60) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (320) إجابة, حيث تـم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (2.47) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (1.69-4.37) وأن العبارة رقم (59) والتـي تنص على أن " ظهور الأزمة المالية يتطلب إجراءات أمنية مشددة ومعقدة "، هي الأعلـى بـين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (60) والتي تنص على أن " الأزمة الماليـة أدت إلى خلل المنظومة الأمنية الوطنية لدولة الإمارات "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-25) يبـين النتـائج التـي تـم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-25)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير الاستقرار الأمني في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	3.056	.045		68.146	.000	1.645
الاستقرار الأمني	-.058	.017	-.189	3.424	.110	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-25) أن قيمة t المحـسوبة هـي (3.424) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من t الجدولية فإنه يتم قبول الفرضية العدمية، التي تـنص علـى " عـدم وجـود تـأثير للاستقرار الأمني في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

4-2-1-12 قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO3-5 لا يوجد تأثير لقوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية في تجربة إمارة دبـي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-26)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية في تجربة دبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
61	قلات الأزمة المالية من أهمية السياسات والقوانين المشجعة للتجارة والأعمال في جذب واستقطاب الاستثمارات إلى دبي	2.27	3	1.1768	**2**
62	أسهمت الأزمة المالية في التقليل مـن أهمية الحـوافز التـشجيعية الجاذبـة للاستثمار في دولة الإمارات	2.49	3	1.1823	**1**
63	تعد الأزمة سببا في انخفـاض الـدعم الحكومي لتطوير التجارة والسياحة	1.88	3	1.2095	**8**
64	أضعفت الأزمـة مـن أهميـة الـدعم الحكومي للقطاع الخاص	1.95	3	.9575	**7**
65	أسهمت الأزمة في التقليل مـن أهميـة السياسات والأنظمة الضريبية	2.26	3	1.0215	3
66	ان الأزمة المالية أسهمت فـي وجـود قيود على حرية التجارة والسياحة	2.05	3	1.1405	5
67	قلاـت الأزمـة مـن أهميـة المشروعات ذات الجدوى	2.05	3	.5366	4
68	أسهمت الأزمة المالية في التقليل مـن أهمية الإعفاءات الضريبية الممنوحة	1.92	3	.6465	6
	المتوسط العام	**2.11**	**3**	**.9839**	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (61-68) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (320) إجابة, حيث تـم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (2.11) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (2.49- 1.88) وأن العبارة رقم (62) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أسهمت في التقليل من أهمية الحوافز التشجيعية الجاذبة للاستثمار في دولة الإمارات "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (63) والتي تنص على أن " الأزمة المالية تعد سببا في انخفاض الدعم الحكومي لتطوير التجارة والـسياحة "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-27) يبـين النتـائج التـي تـم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-27)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.952	.048		61.963	.000	1.645
القوانين	-.019	.021	-.051	-1.906	.000	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-27) أن قيمة t المحسوبة هي (-1.906) وقيمتهـا الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدولية، يتبين أن القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحـسوبة أقـل مـن t الجدولية فإنه يتم قبول الفرضية العدمية، التي تنص على " عدم وجود تـأثير لقـوانين تـشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة".

4-2-1-13 بيئة الأعمال ومناخ الاستثمار

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO2-6 لا يوجد تأثير لبيئة الأعمال ومناخ الاستثمار في تجربة إمارة دبـي كمركـز تجـارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-28)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر بيئة الأعمال ومناخ الاستثمار في تجربة دبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط الأداة	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
69	أسهمت الأزمة في التقليل مـن أهميـة المشاريع الحيوية والتي تـشكل بيئـة مثالية لمزاولة الأعمال التجارية	2.09	3	1.0564	**8**
70	أضعفت الأزمة من أهمية المشاريع مما اثر في جذب السياح ورجال الأعمال	2.10	3	1.1203	7
71	أسهمت الأزمة في التقليل مـن أهميـة دبي كوجهة لرجال الأعمال والسياح	2.41	3	1.144	2
72	أضعفت الأزمة من قـدرة الإمـارات كبيئة أعمال منافسة في كافة القطاعات	2.89	3	1.116	1
73	أثرت الأزمة على قدرة الإمارات فـي انتهاج سياسات للمحافظة على البيئة	2.38	3	,9296	4
74	أسهمت الأزمة المالية في التقليل مـن أهمية توفر بنية تحتية وخدمات متطورة	1.77	3	,5881	10
75	أثرت الأزمة على حرية التجارة وفـي إيجاد قيود على العملات الأجنبية	2.00	3	,4037	9
76	أدت الأزمة إلى التقليل من أهمية تنوع النشاطات الاقتصادية وحركة التجارة	2.30	3	,9395	5
77	أسهمت الأزمة المالية في التقليل مـن أهمية المزايا التنافسية	2.39	3	,9962	3
78	قللت الأزمة المالية من أهمية المجمعات الاستثمارية كمدينة دبي للإنترنت	2.24	3	,6322	6
	المتوسط العام	**2.26**	**3**	**,8926**	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (69-78) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (320) إجابة, حيث تـم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (2.26) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (2.89-1.77) وأن العبارة رقم (72) والتـي تنص على أن " الأزمة المالية أضعفت من قدرة دولة الإمارات كبيئة أعمال منافـسة فـي كافـة القطاعات الاقتصادية والتجارية "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقـم (74) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أسهمت في التقليل من أهمية توافر بنية تحتية وخدمات متطورة "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-29) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-29)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير بيئة الأعمال ومناخ الاستثمار في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.980	.062		47.721	.000	1.645
بيئة الأعمال	-.030	.027	-.063	-1.126	.000	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-29) أن قيمة t المحسوبة هـي (1.126-) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة

المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أقل من t الجدولية فانه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على " عدم وجـود تـأثير لبيئـة الأعمال ومناخ الاستثمار في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

4-2-1-14 مؤسسات الضيافة

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO2-7 لا يوجد تأثير لمؤسسات الضيافة في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-30)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر مؤسسات الضيافة في تجربة دبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط الأداة	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
79	أضعفت الأزمة من قـدرات شـركات السياحة والسفر على تنظيم الرحلات	3.40	3	1.0311	**1**
80	أضعفت الأزمة الماليـة مـن قـدرات مؤسسات الضيافة على تطوير الخدمات المقدمة لرجال الأعمال والسياح	2.91	3	1.1050	2
81	أثرت الأزمة المالية على توفير خدمات حجوزات متطورة في الفنادق	2.22	3	,6794	5
82	قلات الأزمة المالية من أهمية الخدمات التي توفرها الفنادق للقادمين إليها	2.35	3	,7617	4
83	قلات الأزمة المالية من أهمية خـدمات الإيواء التي تقدمها الفنادق	2.22	3	,6266	6
84	قلات الأزمة المالية من أهميـة تنـوع خدمات التسلية والترفيه	2.90	3	,9971	3
	المتوسط العام	**2.67**	**3**	**,8668**	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (79-84) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (320) إجابة, حيث تـم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (2.67) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (2.22-3.40) وأن العبارة رقم (79) والتـي تنص على أن " الأزمة المالية أضعفت من قدرات شركات السياحة والسفر على تنظـيم رحـلات للسياح ورجال الأعمال "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقـم (83) والتي تنص على أن " الأزمة المالية قللت من أهمية خدمات الإيواء التي تقدمها الفنـادق "، هـي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-31) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-31)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير مؤسسات الضيافة في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
Constant	2.853	.063		45.039	.000	1.645
مؤسسات الضيافة	.022	.023	.053	.952	.000	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-31) أن قيمة t المحسوبة هـي (0.952) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمـة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى أنه إذا كانت قيمة t المحسوبة

أقل من t الجدولية فانه يتم قبول الفرضية العدمية، التي تنص على " عدم وجود تأثير لمؤسسات الضيافة في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

4-2-1-15 أماكن التسوق

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO2-8 لا يوجد تأثير لأماكن التسوق في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-32)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر أماكن التسوق في تجربة دبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
85	أضعفت الأزمة المالية من أهمية انتشار المجمعات التجارية والأسواق الحديثة	2.25	3	,9705	**2**
86	أسهمت الأزمة في التقليل من أهمية توافر المجمعات التجارية والأسواق	1.84	3	,4343	5
87	أسهمت الأزمة في التقليل من أهمية انتشار البنوك التجارية	2.31	3	,9286	1
88	قللت الأزمة المالية من تأثير مهرجانات التسوق في جذب رجال الأعمال	1.95	3	,7176	4
89	أضعفت الأزمة من أهمية مهرجانات التسوق كداعم قوي للمشاريع السياحية	1.98	3	,6990	3
	المتوسط العام	**2.06**	**3**	**,7500**	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسئلة الاستبانة (85-89) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (320) إجابة, حيث تم استخراج

المتوسط الحسابي فكان (2.06) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (2.31- 1.84) وأن العبارة رقم (87) والتـي تنص على أن " الأزمة المالية أسهمت في التقليل من أهمية انتشار البنوك التجارية فـي مختلـف الأماكن التي تقدم التسهيلات المصرفية "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابـات، فـي حـين أن العبارة رقم (86) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أسهمت في التقليل مـن أهميـة تـوافر المجمعات التجارية والأسواق التي تقدم خدمات مختلفة مثل تحويل العملات وتسهيلات الـدفع "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فان الجدول التالي (4-33) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-33)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير أماكن التسوق في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

T الجدولية	Sig.	T المحسوبة	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		المتغير
			Beta	Std. Error	B	
1.645	.000	38.463		.081	3.115	Constant
	.011	-2.558	-.142	.038	-.098	أماكن التسوق

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-33) أن قيمة t المحسوبة هـي (2.558-) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أقل من t الجدولية فإنه يتم قبول الفرضية العدمية، التي تنص على " عدم وجود تأثير لأمـاكن التسوق في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية العالمية".

4-2-2 تحليل البيانات واختبار الفرضيات لعينة أبوظبي

الفرضية الرئيسة الأولى

تنص هذه الفرضية على " **لا يوجد تأثير لعناصر المزيج التسويقي الخـدمي مجتمعـة فـي تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية** "

باستخدام تحليل الانحدار البسيط فأن الجدول التالي (4-34) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-34)

نتائج اختبار الانحدار المتعدد (Multiple Regression) لتأثير عناصر المزيج التسويقي الخدمي مجتمعة في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
Constant	1.431	.041		8.470	.000	1.645
عناصر المزيج التسويقي الخدمي	.513	.023	.421	7.662	.000	

R=.723

R^2= .522

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-34) أن قيمة t المحـسوبة هـي (7.662) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من t الجدولية فانه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص علـى " وجود تأثير لعناصر المزيج التسويقي الخدمي في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية"**.**

وتم اختبار هذه الفرضية من خلال تجزئتها إلى عدد من الفرضيات الفرعية وكما يلي:

4-2-2-1 الخدمة

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO1-1 لا يوجد تأثير للخدمة في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-35)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر الخدمة في تجربة ابوظبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
1	أثرت الأزمة المالية سلبيا على مستوى الخدمات المقدمة للتجار والسياح	4.09	3	,9692	1
2	أسهمت الأزمة المالية في التأثير السلبي على درجة التنوع في الخدمات المقدمة	2.70	3	1.10	3
3	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من إمكانيات تقديم خدمات منافسة	3.99	3	,9737	2
4	ان الأزمة المالية قللت من إمكانيات تقديم خدمات تجارية وسياحية بالطريقة التي تلبي احتياجات ورغبات القادمين	2.63	3	1.40	4
5	أسهمت الأزمة في التأثير سلبيا على سمعة الإمارات في التجارة والسياحة	2.45	3	1.378	5
	المتوسط العام	3.17	3	1.165	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسئلة الاستبانة (1-5) وذلـك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (310) إجابـات, حيـث تـم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (3.17) وهذا المتوسط أعلى من متوسط أداة القياس المعتمد فـي هـذه الدراسة، ويتبين أن هذا المتوسط يقع بين درجة الحياد (+ 3) ودرجـة الموافقـة (+ 4)، وقـد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (4.09- 2.45) وأن العبارة رقم (1) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أثرت سلبيا على مستوى الخدمات المقدمة للتجار والسياح "، هـي الأعلـى بـين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (5) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أسـهمت في التأثير سلبيا على سمعة ومكانة دولة الإمارات في مجال التجارة والسياحة "، هي الأقل بـين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-36) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-36)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير الخدمة في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.828	.065		43.574	.000	1.645
الخدمة	.028	.020	.081	2.428	.000	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-36) أن قيمة t المحسوبة هـي (2.428) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمـة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة

المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من t الجدولية فانه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود تأثير للخدمة في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

السعر 2-2-2-4

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO1-2 لا يوجد تأثير للسعر في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة.

الجدول (4-37)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر السعر في تجربة ابوظبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
6	ان الأزمة المالية جعلت الأسعار غير ملائمة لجودة الخدمات المقدمة	3.38	3	,9058	4
7	ان الأزمة المالية قللت من الخصومات الممنوحة على الخدمات المقدمة	3.01	3	1.368	6
8	أثرت الأزمة المالية سلبيا على أسعار الخدمات السياحية المقدمة	3.33	3	1.349	5
9	أثرت الأزمة على أسعار الخدمات المقدمة مما افقدها القدرة على المنافسة	2.98	3	1.408	7
10	أسهمت الأزمة المالية في زيادة رسوم وتكاليف الخدمات المقدمة	3.61	3	1.017	3
11	قللت الأزمة المالية من نسبة الطلب على الخدمات المقدمة	4.13	3	,34873	1
12	أثرت الأزمة المالية سلبيا على نسبة المعروض من الخدمات المقدمة	3.70		1.0494	2
	المتوسط العام	3.45	3	1.064	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (6-12) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (310) إجابات, حيث تم استخراج المتوسط الحسابي فكان (3.45) وهذا المتوسط أعلى من متوسط أداة القياس المعتمد في هـذه الدراسة، ويتبين أن هذا المتوسط يقع بين درجة الحياد (+ 3) ودرجة الموافقـة (+ 4)، وقـد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (4.13- 2.98) وأن العبارة رقم (11) والتي تنص علـى أن " الأزمة المالية قللت من نسبة الطلب على الخدمات المقدمة "، هي الأعلى بين متوسـطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (9) والتي تنص على أن " الأزمة أثـرت علـى أسـعار الخدمات المقدمة مما افقدها القدرة على المنافسة "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-38) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-38)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير السعر في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
Constant	2.748	.068		40.601	.000	1.645
السعر	.049	.019	.146	2.584	.000	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-38) أن قيمة t المحسوبة هـي (2.584) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة

أكبر من t الجدولية فانه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص علـى " وجود تأثير للسعر في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

3-2-2-4 التوزيع

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO1-3 لا يوجد تأثير للتوزيع في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-39)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر التوزيع في تجربة ابوظبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
13	أثرت الأزمة المالية سلبيا على تـوفير وسائط نقل مناسبة إلى ابوظبي	1.93	3	,3803	4
14	تعد الأزمة المالية سـببا رئيـسيا فـي التأثير السلبي على قرار اختيار ابوظبي كجهة قصد تجارية وسياحية	2.04	3	1.031	3
15	أثرت الأزمة المالية سلبيا علـى مـدى توفر الخدمات التي يحتاجها القـادمون لإتمام الأعمال التجاريـة فـي الوقـت المناسب	2.63	3	,7670	1
16	أثرت الأزمة المالية سلبيا على الخدمات اللازمة لإتمام الأعمال التجاريـة فـي المكان المناسب	2.30	3	,9170	2
	المتوسط العام	2.22	3	,7738	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسئلة الاستبانة (13-16) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (310) إجابات, حيث تم استخراج المتوسط الحسابي فكان (2.22) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمد في هذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (1.93-2.63) وأن العبارة رقم (15) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أثرت سلبيا على مدى توافر الخدمات التي يحتاجها القادمون لإتمام الأعمال التجارية في الوقت المناسب "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (13) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أثرت سلبيا على توفير وسائط نقل مناسبة إلى ابوظبي "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فان الجدول التالي (4-40) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-40)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير التوزيع في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.878	.057		50.196	.000	1.645
التوزيع	.018	.025	.041	.712	.477	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-40) أن قيمة t المحسوبة هي (0.712) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدولية، يتبين أن القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أقل من t الجدولية فانه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على " عدم وجود تأثير للتوزيع في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

4-2-2-4 الترويج

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO1-4لا يوجد تأثير للترويج في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة.

الجدول (4-41)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر الترويج في تجربة ابوظبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
17	أثرت الأزمة سلبيا على موازنات الترويج للخدمات السياحية والتجارية	4.00	3	,7013	2
18	تعد الأزمة المالية سببا في التقليل من الندوات حول الخدمات المقدمة	3.46	3	1.286	3
19	أسهمت الأزمة المالية في تقليل الإعلانات حول الخدمات المقدمة	4.11	3	,4444	1
20	انخفضت المواد والبرامج الدعائية حول المزايا التجارية والسياحية في الإمارات	3.13	3	1.134	5
21	أدت الأزمة إلى عدم وجود التقارير والأخبار حول الخدمات المقدمة	1.81	3	,5512	10
22	ظهور الأزمة قللت من اهتمام الشركات في الرعاية الرسمية للمهرجانات	3.13	3	1.053	4
23	أدت الأزمة المالية إلى تقليل المعارض والمهرجانات والمسابقات	2.52	3	1.072	7
24	أثرت الأزمة بفاعلية برامج العلاقات العامة	2.61	3	,5322	6
25	قللت الأزمة المالية من أهمية البرامج الدعائية حول مزايا الخدمات المقدمة	2.30	3	,9685	8
26	أدت الأزمة إلى التقليل من البرامج التي تدعم الصورة الذهنية حول الإمارات	1.88	3	,8216	9
	المتوسط العام	2.89	3	,7512	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (17-26) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (310) إجابات, حيث تم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (2.89) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (4.11- 1.81) وأن العبارة رقم (19) والتـي تنص على أن " الأزمة المالية أسهمت في تقليل الإعلانات حول الخدمات المقدمة "، هي الأعلـى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (21) والتي تنص على أن " الأزمة أدت إلـى عدم وجود التقارير والأخبار حول الخدمات المقدمة"، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-42) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-42)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير الترويج في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.640	.114		23.128	.000	1.645
الترويج	.096	.039	.139	1.456	. 000	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-42) أن قيمة t المحسوبة هـي (1.456) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أقل من t الجدولية فإنه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على " عدم وجود تأثير للترويج في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

5-2-2-4 الناس

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO1-5 لا يوجد تأثير للناس في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمـة المالية.

الجدول (4-43)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر الناس في تجربة ابوظبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
27	تعد الأزمة المالية سببا في تقليل نوعية الخدمات التـي يقـدمها النـاس فـي النشاطات الخدمية	2.40	3	1.292	**4**
28	أسهم ظهور الأزمة فـي التقليـل مـن الاهتمام بنشاطات التدريب والتطوير	2.92	3	1.332	2
29	أدت الأزمـة الماليـة إلـى انخفـاض المكافآت والحوافز التي يتلقاها الناس	4.48	3	,5006	1
30	أثرت الأزمة الماليـة علـى مـستوى الخدمات التي يقـدمها النـاس لرجـال الأعمال والسياح	2.46	3	1.2348	3
	المتوسط العام	3.70	3	1.090	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسئلة الاسـتبانة (27-30) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (310) إجابات, حيث تم استخراج المتوسط الحسابي فكان (3.70) وهذا المتوسط أعلى من متوسط أداة القياس المعتمد في هـذه الدراسة، ويتبين أن هذا المتوسط يقع بين درجة الحياد (+ 3) ودرجة الموافقـة (+ 4)، وقـد

تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (4.48- 2.40) وأن العبارة رقم (29) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أدت إلى انخفاض المكافآت والحوافز التي يتلقاها العاملون "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (27) والتي تنص على أن " الأزمة المالية تعـد سببا في تقليل نوعية الخدمات التي يقدمها الناس في النشاطات الخدميـة "، هـي الأقـل بـين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-44) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-44)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير العاملين في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.851	.055		51.678	.000	1.645
العاملون	.022	.017	.072	2.265	.000	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-44) أن قيمة t المحسوبة هـي (2.265) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من t الجدولية فانه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تـنص علـى "وجود تأثير للناس في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية".

6-2-2-4 عملية تقديم الخدمة

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO1-6 لا يوجد تأثير لعملية تقديم الخدمة في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-45)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر عملية تقديم الخدمة في تجربة ابوظبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
31	قلت الأزمة المالية فاعلية الطرق والإجراءات التي تمكن من توصيل وتوفير الخدمة إلى التجار والسياح	2.99	3	1.089	**1**
32	ساعدت الأزمة المالية في جعل سلوك العاملين مع التجار والسياح سلبيا	1.96	3	1.266	4
33	أسهمت الأزمة في التقليل من اشتراك التجار والسياح في إنجاز الخدمة	2.93	3	1.123	2
34	ساعدت الأزمة المالية في التقليل من حرية التصرف أو الاختيار للعاملين أثناء تقديم الخدمة	2.47	3	1.110	3
	المتوسط العام	2.59	3	1.147	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسئلة الاستبانة (31-34) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (310) إجابات, حيث تم استخراج المتوسط الحسابي فكان (2.59) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمد في هذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (2.99-1.96) وأن العبارة رقم (31) والتي

تنص على أن " الأزمة المالية قللت من فاعلية الطرق والإجراءات التي تمكن من توصيل وتوفير الخدمة إلى التجار والسياح "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (32) والتي تنص على أن " الأزمة المالية ساعدت في جعل سلوك العاملين مع التجار والسياح سلبيا"، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-46) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-46)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير عملية تقديم الخدمة في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.865	.043		66.274	.000	1.645
عملية تقديم الخدمة	.020	.015	.074	1.270	.000	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-46) أن قيمة t المحسوبة هـي (1.270) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية، وبما أن قاعدة القرار تشير إلى أنه إذا كانت قيمة t المحسوبة أقل من t الجدولية فإنه يتم قبول الفرضية العدمية، التي تنص على " عدم وجود تـأثير لعمليـة تقديم الخدمة في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية".

4-2-2-7 البيئة المادية

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO1-7 لا يوجد تأثير للبيئة المادية في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضـوء الأزمة المالية.

الجدول (4-47)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر البيئة المادية في تجربة ابوظبي

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
35	أسهمت الأزمة في التقليل مـن أهميـة جاذبية الأبنية والمنشات في ابوظبي	3.51	3	1.181	**1**
36	أسهمت الأزمة المالية في التقليل مـن أهمية توفر وسائل الاتـصال الحديثـة والمتطورة (الهاتف، الفاكس، الانترنت)	1.78	3	,4351	5
37	قلات الأزمة المالية من أهميـة تـوفر وسائل النقـل المتطـورة والمطـارات والمعابر الجوية والبحرية	1.73	3	,8624	6
38	أسهمت الأزمة المالية في التقليل مـن أهمية توفر الخدمات الترفيهية المقدمة	2.52		1.063	2
39	قلات الأزمة المالية من أهميـة تـوفر المعدات والأجهزة في مؤسسات الخدمة	1.86	3	,5034	4
40	أسهمت الأزمة المالية في التقليل مـن أهمية توفر الإشارات والأدلة الإرشادية الداخلية لمؤسسات الخدمة	2.20	3	,7708	3
	المتوسط العام	**2.27**	**3**	**,8027**	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (35-40) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (310) إجابات, حيث تم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (2.27) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (3.51-1.73) وأن العبارة رقم (35) والتـي تنص على أن " الأزمة المالية أسهمت في التقليل من أهمية جاذبية الأبنية والمنشات الموجودة في ابوظبي "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (37) والتي تنص على أن " الأزمة المالية قللت من أهمية توافر وسائل النقل المتطورة والمطـارات والمعـابر الجويـة والبحرية "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-48) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-48)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير البيئة المادية في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.790	.075		37.008	.000	1.645
البيئة المادية	.056	.032	.099	1.538	.003	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-48) أن قيمة t المحسوبة هـي (1.538) وقيمتها الجدولية (1,645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية، وبما إن قاعدة القرار تشير إلى أنه إذا كانت قيمة t المحسوبة

أقل من t الجدولية فانه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على " عدم وجـود تـأثير للبيئـة المادية في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

الفرضية الرئيسة الثانية:

تنص هذه الفرضية على " **لا يوجد تأثير للعوامل البيئية مجتمعة في تجربة إمـارة ابـوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية** "

وتم اختبار هذه الفرضية باستخدام تحليل الانحدار البسيط والجدول التالي (4-49) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-49)

نتائج اختبار الانحدار المتعدد (Multiple Regression) لتأثير للعوامل البيئية في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.661	.068		3.905	.000	1.645
الاستقرار الاقتصادي	.048	.046	.124	2.521	.000	

R= .503

R^2= .253

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-49) أن قيمة t المحـسوبة هـي (2.521) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من t الجدولية فانه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص علـى " وجود تأثير للعوامل البيئية في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة ".

وقد تم اختبار هذه الفرضية من خلال تجزئتها إلى عدد من الفرضيات الفرعية وكما يلي:

4-2-2-8 جاذبية الموقع

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO2-1 لا يوجد تأثير لجاذبية الموقع في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-50)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الفرعية الأولى

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
41	أضعفت الأزمة المالية من جاذبية الموقع الجغرافي المتوسط لابوظبي والذي يمثل ملتقى التجارة العالمية	2.24	3	1.041	**2**
42	قللت الأزمة من أهمية الثروة التاريخية المميزة والمواقع الأثرية في ابوظبي	1.98	3	,9101	4
43	أثرت الأزمة المالية على جاذبية المعالم والعوامل التي تلبي اهتمامات رجال الأعمال والزوار القادمين	2.93	3	1.182	1
44	قللت الأزمة المالية من أهمية موقع دولة الإمارات الملائم من حيث سهولة الوصول إليه	2.21	3	,9903	3
45	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية مزايا الشعب الإماراتي في كرم الضيافة العربية الأصيلة	1.53	3	,5778	5
	المتوسط العام	**2.18**	**3**	**,9409**	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (41-45) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (310) إجابات, حيث تم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (2.18) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (2.93-1.53) وأن العبارة رقم (43) والتـي تنص على أن " الأزمة المالية أثرت على جاذبية المعالم والعوامل التي تلبـي اهتمامـات رجـال الأعمال والزوار القادمين "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (45) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أسهمت في التقليل من أهمية مزايا الشعب الإماراتي في كرم الضيافة العربية الأصيلة "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-51) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-51)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير جاذبية الموقع في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.812	.044		63.287	.000	1.645
جاذبية الموقع	.048	.019	.143	1.536	.012	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-51) أن قيمة t المحسوبة هـي (1.536) وقيمتها الجدولية (1,645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة

المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أقل من t الجدولية فانه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على " عدم وجود تـأثير لجاذبيـة الموقع في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

4-2-2-9 الاستقرار السياسي

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO2-2 لا يوجد تأثير للاستقرار السياسي في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي فـي ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-52)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الفرعية الثانية

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
46	أسهمت الأزمة في زيادة البطالة والتي عززت الدافعية والاسـتعداد لانتهـاك الأنظمة والمعايير السلوكية العامة	3,14	3	1,335	**1**
47	أثرت الأزمة على الأنظمـة والمبـادئ السلوكية المألوفة في المجتمع الإماراتي	1,53	3	,5603	5
48	قللت الأزمة المالية من أهمية الاستقرار السياسي الذي تتمتع به دولة الإمارات	1,55	3	,5587	4
49	قللت الأزمة المالية من فرص تحقيـق الاستقرار السياسي في دولة الإمارات	1,86	3	,9792	2
50	أسهمت الأزمة بالتقليل من أهمية وجود رؤيا واضحة وحركة اقتصادية قويـة تدل على الاستقرار السياسي للإمارات	1.86		,9792	2
	المتوسط العام	**1.99**	**3**	**,8826**	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (46-50) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (310) إجابات, حيث تم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (1.99) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (3,14- 1,53) وأن العبارة رقم (46) والتـي تنص على أن " الأزمة المالية أسهمت في زيادة البطالة والتي عززت الدافعية والاستعداد لانتهاك الأنظمة والمعايير السلوكية العامة "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (47) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أثرت على الأنظمة والمبـادئ والقواعـد الـسلوكية المألوفة في المجتمع الإماراتي "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-53) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-53)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير الاستقرار السياسي في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.865	.046		62.816	.000	1.645
الاستقرار السياسي	.026	.021	.070	1.227	.221	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-53) أن قيمة t المحسوبة هـي (1.227) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة

أقل من t الجدولية فإنه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على " عدم وجود تأثير للاستقرار السياسي في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

10-2-2-4 الاستقرار الاقتصادي

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO2-3 لا يوجد تأثير للاستقرار الاقتصادي في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-54)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الفرعية الثالثة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
51	قللت الأزمة المالية من أهمية التطـور الاقتصادي كقاعدة مثالية لأسواق العالم	1.94	3	1.219	6
52	أسهمت الأزمة بتقليل فرص الاستثمار التي تدعم الاقتصاد الوطني الإماراتي	2.42	3	1.206	4
53	قللت الأزمـة مـن حجـم القـروض والتسهيلات التجارية الممنوحة	4.40	3	,6046	1
54	قللت الأزمة المالية من معدلات النمـو الاقتصادي في دولة الإمارات	4.24	3	,5555	2
55	أسهمت الأزمـة الماليـة فـي زيـادة الحواجز والقيود على حركـة التجـارة وتحرك رؤوس الأموال	2.60	3	1.008	3
56	أسهمت الأزمة في التقليل من تناسـق العلاقات الاقتصادية في الإمارات	2.41	3	1.020	5
	المتوسط العام	3.00	3	,9356	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (51-56) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (310) إجابات, حيث تم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (3.00) وهذا المتوسط يساوي متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (4.40- 1.94) وأن العبارة رقم (53) والتـي تنص على أن " الأزمة المالية قللت من قيمة وحجم القروض والتسهيلات التجارية والاسـتثمارية الممنوحة "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (51) والتـي تـنص على أن " الأزمة المالية قللت من أهمية التطور الاقتصادي كقاعدة مثالية لأسواق العـالم "، هـي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فان الجدول التالي (4-55) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-55)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير الاستقرار الاقتصادي في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.768	.079		34.905	.000	1.645
الاستقرار الاقتصادي	.050	.026	.109	1.928	.000	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-55) أن قيمة t المحسوبة هي (1.928-) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدولية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من t الجدولية فإنه يتم رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود تأثير للاستقرار الاقتصادي في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

4-2-2-11 الاستقرار الأمني

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO2-4 لا يوجد تأثير للاستقرار الأمني في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-56)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الفرعية الرابعة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
57	أسهمت الأزمة المالية في زيادة معدل الجريمة في دولة الإمارات	1.97	3	1.010	3
58	أسهمت الأزمة المالية في إضعاف السيطرة الأمنية في الإمارات	1.94	3	,8108	2
59	ظهور الأزمة المالية يتطلب إجراءات أمنية مشددة ومعقدة	3.67	3	1.262	1
60	أدت الأزمة المالية إلى خلل المنظومة الأمنية الوطنية لدولة الإمارات	1.69	3	,7680	4
	المتوسط العام	**2.32**	**3**	**,9630**	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (57-60) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (310) إجابات, حيث تم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (2.32) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (1.69-3.67) وأن العبارة رقم (59) والتـي تنص على أن " ظهور الأزمة المالية يتطلب إجراءات أمنية مشددة ومعقدة "، هي الأعلـى بـين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (60) والتي تنص على أن " الأزمة الماليـة أدت إلى خلل المنظومة الأمنية الوطنية لدولة الإمارات "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-57) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-57)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير الاستقرار الأمني في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.747	.054		50.888	.000	1.645
الاستقرار الأمني	.074	.022	.185	1.303	.120	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-57) أن قيمة t المحسوبة هـي (1.303) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة

أقل من t الجدولية فانه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على " عدم وجود تأثير للاستقرار الأمني في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

4-2-2-12 قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO2-5 لا يوجد تأثير لقوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-58)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الفرعية الخامسة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
61	قللت الأزمة من أهمية السياسات والقوانين المشجعة للتجارة	2.20	3	1.356	**3**
62	أسهمت الأزمة في التقليل من أهمية الحوافز التشجيعية الجاذبة للاستثمار	2.34	3	1.281	2
63	تعد الأزمة سببا في انخفاض الدعم الحكومي لتطوير التجارة والسياحة	2.08		1.060	4
64	أضعفت الأزمة من أهمية الدعم الحكومي للقطاع الخاص	2.07	3	1.074	5
65	أسهمت الأزمة في التقليل من أهمية السياسات والأنظمة الضريبية	1.95	3	,8010	6
66	ان الأزمة المالية أسهمت في وجود قيود على حرية التجارة والسياحة	1.90	3	,8233	7
67	قللت الأزمة من أهمية المشروعات التجارية	2.64	3	1.226	1
68	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية الإعفاءات الضريبية الممنوحة	1.77	3	,7582	8
	المتوسط العام	**2.12**	**3**	**1.047**	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (61-68) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (310) إجابات, حيث تم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (2.12) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (1.77-2.64) وأن العبارة رقم (67) والتـي تنص على أن " الأزمة المالية قللت من أهمية المشروعات التجارية ذات الجدوى اقتصادية "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (68) والتي تنص على أن " الأزمـة أسهمت بالتقليل من أهمية الإعفاءات الضريبية الممنوحة " هي الأقل بين المتوسطات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فان الجدول التالي (4-59) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-59)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.861	.044		4.550	.000	1.645
القوانين	.027	.019	.078	1.377	.000	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-59) أن قيمة t المحسوبة هـي (1.377) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أقل من t الجدولية فانه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على " عدم وجود تـأثير لقـوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

4-2-2-13 بيئة الأعمال ومناخ الاستثمار

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO2-6 لا يوجد تأثير لبيئة الأعمال ومناخ الاستثمار في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

الجدول رقم (4-60)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الفرعية السادسة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
69	أسهمت الأزمة في التقليل من أهمية المشاريع الحيوية	2.00	3	1.452	**6**
70	أضعفت الأزمة من أهمية المشاريع الريادية والتنموية	2.01	3	1.449	5
71	أسهمت الأزمة في التقليل من أهمية ابوظبي كوجهة لرجال الأعمال والسياح	1.55	3	,6402	10
72	أضعفت الأزمة قدرة الإمارات كبيئة أعمال منافسة في كافة القطاعات	1.71	3	,6897	9
73	أثرت الأزمة على قدرة الإمارات في انتهاج سياسات للمحافظة على البيئة	1.88	3	,8333	7
74	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية توفر بنية تحتية وخدمات متطورة	1.78	3	,6230	8
75	أثرت الأزمة على حرية التجارة وأوجدت قيود على العملات الأجنبية	2.11	3	,7298	4
76	أدت الأزمة إلى التقليل من أهمية تنوع النشاطات الاقتصادية التصديرية	2.34	3	1.292	3
77	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية المزايا التنافسية	2.40	3	1.257	2
78	قللت الأزمة المالية من أهمية المجمعات الاستثمارية	2.45	3	1.226	1
	المتوسط العام	**2.02**	**3**	**1.019**	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة على أسـئلة الاسـتبانة (69-78) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (310) إجابات, حيث تم اسـتخراج المتوسط الحسابي فكان (2.02) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمـد فـي هـذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (2.45- 1.55) وأن العبارة رقم (78) والتـي تنص على أن " الأزمة المالية قللت من أهمية المجمعات الاستثمارية "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (71) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أسهمت في التقليل من أهمية ابوظبي كوجهة أولى لرجال الأعمال والسياح "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-61) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-61)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير بيئة الأعمال ومناخ الاستثمار في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.861	.040		71.593	.000	1.645
بيئة الأعمال	.028	.018	.087	1.539	.000	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-61) أن قيمة t المحسوبة هـي (1.539) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدوليـة، يتبـين أن القيمـة

المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أقل من t الجدولية فانه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على " عدم وجـود تـأثير لبيئـة الأعمال ومناخ الاستثمار في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة.

4-2-2-14 مؤسسات الضيافة

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO2-7 لا يوجد تأثير لمؤسسات الضيافة في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي فـي ضوء الأزمة المالية.

الجدول رقم (4-62)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الفرعية السابعة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
79	أضعفت الأزمة من قـدرات شـركات السياحة والسفر على تنظيم الرحلات	2.97	3	1.080	1
80	أضعفت الأزمة من قدرات مؤسـسات الضيافة على تطوير الخدمات المقدمة	2.52	3	1.090	2
81	أثرت الأزمة المالية على توفير خدمات حجوزات متطورة في الفنادق	2.18	3	1.119	3
82	قللت الأزمة المالية من أهمية الخدمات التي توفرها الفنادق للقادمين إليها	2.18	3	1.136	3
83	قللت الأزمة المالية من أهمية خـدمات الإيواء التي تقدمها الفنادق	2.15	3	1.112	6
84	قللت الأزمة المالية من أهميـة تنـوع خدمات التسلية والترفيه	2.92	3	1.173	2
	المتوسط العام	2.49	3	1.118	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسـئلة الاسـتبانة (79-84) وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (310) إجابات, حيث تم اسـتخراج

المتوسط الحسابي فكان (2.49) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمد في هذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (2.15-2.97) وأن العبارة رقم (79) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أضعفت من قدرات شركات السياحة والسفر على تنظيم رحلات للسياح ورجال الأعمال "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (83) والتي تنص على أن " الأزمة المالية قللت من أهمية خدمات الإيواء التي تقدمها الفنادق "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-63) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-63)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير مؤسسات الضيافة في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
	B	Std. Error	Beta			
Constant	2.769	.046		60.350	.000	1.645
مؤسسات الضيافة	.059	.017	.192	1.435	.001	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-63) أن قيمة t المحسوبة هي (1.435) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدولية، يتبين أن القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة

أقل من t الجدولية فانه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على " عدم وجود تأثير لمؤسسات الضيافة في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

4-2-2-15 أماكن التسوق

وتنص هذه الفرضية الجزئية على:

HO2-8 لا يوجد تأثير لأماكن التسوق في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

الجدول (4-64)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الفرعية الثامنة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
85	أضعفت الأزمة المالية من أهمية انتشار المجمعات التجارية والأسواق الحديثة	1.84	3	,3681	4
86	أسهمت الأزمة في التقليل من أهمية توافر المجمعات التجارية والأسواق التي تقدم خدمات مختلفة	1.69	3	,4700	5
87	أسهمت الأزمة في التقليل من أهمية انتشار البنوك التجارية في مختلف الأماكن التي تقدم التسهيلات المصرفية	1.95	3	,6715	3
88	قللت الأزمة المالية من تأثير مهرجانات التسوق في جذب رجال الأعمال	2.25	3	1.236	1
89	أضعفت الأزمة المالية من أهمية مهرجانات التسوق كداعم قوي للمشاريع السياحية والترفيهية والتجارية	2.03	3	1.344	2
	المتوسط العام	1.95	3	,8181	

تم إيجاد المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن أسئلة الاستبانة (85-89)

وذلك اعتمادا على المتوسط الحسابي للإجابات البالغ عددها (310) إجابات, حيث تم استخراج

المتوسط الحسابي فكان (1.95) وهذا المتوسط أقل من متوسط أداة القياس المعتمد في هذه الدراسة، وقد تراوحت إجابات عينة الدراسة بين (2.25- 1.69) وأن العبارة رقم (88) والتي تنص على أن " الأزمة المالية قللت من تأثير مهرجانات التسوق في جذب رجال الأعمال "، هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (86) والتي تنص على أن " الأزمة المالية أسهمت في التقليل من أهمية توافر المجمعات التجارية والأسواق التي تقدم خدمات مختلفة مثل تحويل العملات وتسهيلات الدفع "، هي الأقل بين متوسطات الإجابات.

وباستخدام تحليل الانحدار البسيط فإن الجدول التالي (4-65) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية.

الجدول (4-65)

نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لتأثير أماكن التسوق في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية

المتغير	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T المحسوبة	Sig.	T الجدولية
Constant	2.732	.048		56.960	.000	1.645
أماكن التسوق	.095	.023	.227	1.086	.003	

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-65) أن قيمة t المحسوبة هي (1.086) وقيمتها الجدولية (1.645) وبمقارنة قيمة t المحسوبة بقيمة t الجدولية، يتبين أن القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وبما إن قاعدة القرار تشير إلى انه إذا كانت قيمة t المحسوبة أقل من t الجدولية فانه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على " عدم وجود تأثير لأماكن التسوق في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية ".

4-2-3 مقارنة النتائج

على ضوء النتائج التي تم التوصل إليها في اختبار فرضيات الدراسة الحاليـة وتحقيقـا لأهدافها، فقد قام الباحث بعقد مقارنة بين النتائج التي تم التوصل إليها في كلا الإمارتين وكانت نتائج المقارنة كما يلي:

4-2-3 -1 عناصر المزيج التسويقي الخدمي

أولا: يلاحظ وجود تأثير لعناصر المزيج التسويقي مجتمعة في تقيـيم تجربـة إمـارتي دبـي وابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية، ففي دبـي بلغت قيمة t المحسوبة (11.612) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.645)، حيث تـم قبـول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود تأثير لعناصر المزيج التسويقي في تجربة إمارة دبـي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية " كما أن مستوى المعنويـة لقيمـة t المحـسوبة والبالغ 0.000 أقل من مستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، أما في ابوظبي فأن قيمة t المحسوبة بلغت (7.662) وقيمتها الجدولية (1.645) وبما إن قيمة t المحسوبة أكبـر من t الجدولية فانه يتم قبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود تـأثير لعناصـر المـزيج التسويقي الخدمي في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية"، وهذا ما تؤكده مستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 0.000 أقل من مستوى المعنويـة المعتمـد لاختبار الفرضية (0.05)، أما بالنسبة لاختبار الفرضيات الفرعية فقد أظهرت النتائج ما يلي:

1- يلاحظ وجود تأثير للخدمة في تجربة إمارتي دبـي وابـوظبي كمركـزي تجـارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، حيث ظهر تقارب بالمتوسطات الحـسابية لإجابـات

عينتي الدراسة وتبين أن المتوسط الحسابي لإمارة دبي كان (3.29)، كما أن مستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 002. أقل من مستوى المعنويـة المعتمـد لاختبـار الفرضية (0.05)، في حين كان (3.17) في إمارة ابوظبي، وأن مستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة بلغت 000. وهي أقل من مستوى المعنوية المعتمـد لاختبـار الفرضـية (0.05)، أما بالنسبة لأهمية العبارات الواردة في أداة الدراسة فقد كانت العبارة رقم (2) في مقدمة العبارات بالنسبة للمديرين في إمارة دبي وتفيد هذه العبـارة بـأن الأزمـة المالية أسهمت في التأثير السلبي على درجة التنوع في الخدمات المقدمة، بينما احتلـت العبارة رقم (1) الأهمية الأولى بالنسبة للمديرين في إمارة ابوظبي وتفيد هذه العبارة بأن الأزمة المالية أثرت سلبيا على مستوى الخدمات المقدمة للتجار والسياح، وهذا يعكـس درجة التأثير الذي أحدثته الأزمة المالية على مستوى الخدمات المقدمة في الإمارتين.

2- يلاحظ وجود تأثير للسعر في تجربة إمارتي دبي وابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، حيث إن المتوسط الحسابي لإمـارة دبـي بلـغ (3.11) وأن مستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 000. وهو أقل من مستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، مقابل متوسط حسابي بلـغ (3.45) فـي إمـارة ابـوظبي ومستوى معنوية لقيمة t المحسوبة بلغ 000. أقل من مستوى المعنوية المعتمد لاختبـار الفرضية (0.05)، ويلاحظ أن العبارة رقم (11) نالت نفـس درجـة الأهميـة لـدى المديرين في الاماراتين وتفيد هذه العبارة بأن الأزمة المالية قلات من نسبة الطلب على الخدمات المقدمة.

3- يلاحظ عدم وجود تأثير للتوزيع في تجربة إمارتي دبي وأبو ظبي كمركزي تجـارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، وان كان هناك تفاوت بالمتوسطات الحـسابية التـي بلغت (2.92) بمستوى معنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 06. وهو اكبر مـن مـستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، مقابل (2.22) في إمارة ابوظبي، ومستوى معنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 47. اكبر من مـستوى المعنويـة المعتمـد لاختبـار الفرضية (0.05)، وأن العبارة رقم (14) والتي تفيد بأن الأزمة المالية تعد سببا رئيـسا في التأثير السلبي على قرار اختيار دبي كجهة قصد تجارية وسياحية، مثلت هذه العبارة الأهمية الأولى بالنسبة للمديرين في دبي، فيما كانت العبارة رقم (15) والتي تنص على أن الأزمة المالية أثرت سلبيا على مدى توافر الخدمات التي يحتاجها القـادمون لإتمـام الأعمال التجارية بالوقت المناسب، احتلت الأهمية الأولى للمديرين في أبوظبي.

4- يلاحظ وجود تأثير للترويج في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضـوء الأزمة المالية، حيث إن متوسطها الحسابي بلغ (3.34)، ومـستوى معنويـة لقيمـة t المحسوبة والبالغ 000. أقل من مستوى المعنوية المعتمد لاختبـار الفرضـية (0.05)، وأن العبارة رقم (17) احتلت الأهمية الأولى بين عبارات هذا المتغير ونـصت هـذه العبارة على أن الأزمة المالية أثرت سلبيا على موازنات الترويج للخـدمات الـسياحية والتجارية، على العكس في إمارة ابوظبي فإنه يلاحظ عدم وجود تـأثير للتـرويج فـي تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.89)، ومستوى معنوية لقيمة t المحسوبة بلغ 000. أقـل مـن مـستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)،وأن العبارة رقم (19) نالت الاهتمام الأكبر

لدى المديرين في أبوظبي وتنص هذه العبارة على أن الأزمة المالية أسهمت في تقليـل الإعلانات حول الخدمات المقدمة.

5- يلاحظ عدم وجود تأثير للناس في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية، حيث تم استخراج المتوسط الحسابي لهـا فكـان (2.93)، ومـستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 053. اكبر من مستوى المعنوية المعتمـد لاختبـار الفرضية (0.05)، بعكس أبو ظبي التي تبين وجود تأثير للناس في تجربتهـا كمركـز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية وبمتوسط حسابي بلغ (3.70)، كما أن مـستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 000. أقل من مستوى المعنويـة المعتمـد لاختبـار الفرضية (0.05)، وبالنسبة لأهمية العبارات لدى المديرين في دبي فقد تبين أن العبـارة رقم (28) والتي تنص على أن ظهور الأزمة المالية أسهم في التقليل مـن الاهتمـام بنشاطات التدريب والتطوير للناس، وتبين أيضا في أبوظبي أن العبارة رقم (29) التي تنص على أن الأزمة المالية أدت إلى انخفاض المكافآت والحوافز التي يتلقاها الناس.

6- يلاحظ عدم وجود تأثير لعملية تقديم الخدمة في تجربة إمـارتي دبـي وابـوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، حيث تم استخراج المتوسط الحـسابي فكان لدبي (2.36) وأن مستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبـالغ 000. أقـل مـن مستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، مقابل (2.59) لابوظبي ومستوى معنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 000. أقل من مـستوى المعنويـة المعتمـد لاختبـار الفرضية (0.05)، والتي مثلتها العبارة رقم (31) والتي تنص على أن الأزمة المالية

قلات من فاعلية الطرق والإجراءات التي تمكن من توصيل وتوفير الخدمة إلى التجـار والسياح في ابوظبي، فيما العبارة رقم (33) والتي تنص علـى أن الأزمـة الماليـة أسهمت في التقليل من اشتراك التجار والسياح في إنجاز الخدمة، مثلت الأهمية الأولـى بالنسبة للمديرين في دبي.

7- يلاحظ عدم وجود تأثير للبيئة المادية في تجربة إمارتي دبي وابـوظبي كمركـزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، وبمتوسط حسابي (2.82) بالنسبة لـدبي، وأن مستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 44. أكبر من مـستوى المعنويـة المعتمـد لاختبار الفرضية (0.05)، مقابل (2.27) لابـوظبي، ومـستوى المعنويـة لقيمـة t المحسوبة والبالغ 083. اكبر من مستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضـية (0.05)، وأن العبارة رقم (35) الواردة في أداة الدراسة والتي تنص على أن الأزمـة الماليـة أسهمت في التقليل من أهمية جاذبية الأبنية والمنشآت الموجودة في الإمارتين.

4-2-3 -2 العوامل البيئية

ثانيا: يلاحظ وجود تأثير للعوامل البيئية مجتمعة في تقييم تجربة إمارتي دبي وابوظبي كمركـزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية، ففي دبي بلغت قيمة t المحـسوبة (9.126) وقيمتها الجدولية (1.645)، وبما أن قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية فإنـه يتم قبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود تأثير العوامل البيئية في تجربـة إمـارة دبـي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية " وهذا ما أكدته قيمة الدلالة البالغـة 0.000 حيـث إنها اقل من 5%، أما بالنسبة لأبوظبي فقد بلغت قيمة t المحسوبة (2.521) وقيمتهـا الجدوليـة

(1.645) وبما أن قيمة t المحسوبة أكبر من t الجدولية فإنه يتم قبول الفرضية البديلة التي تـنص على " وجود تأثير للعوامل البيئية في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية" ، وهذا ما أكدته قيمة الدلالة البالغة 0.000 حيث إنها اقل من 5%، أما بالنـسبة لاختبـار الفرضيات الفرعية فقد أظهرت النتائج ما يلي:

1- يلاحظ وجود تأثير لجاذبية الموقع في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عـالمي فـي ضوء الأزمة المالية، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.01) وبلغ مستوى المعنوية لقيمـة t المحسوبة 000. أقل من مستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، وأن العبارة رقم (41) والتي تقول بأن الأزمة المالية أضعفت من جاذبية الموقع الجغرافي المتوسط لدبي والذي يمثل ملتقى التجارة العالمية، احتلت الأهميـة الأولـى بالنـسبة لاسـتجابات المديرين في دبي، ويلاحظ العكس إمارة أبوظبي حيث لا تؤثر جاذبية الموقع في تجربتها كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية وبمتوسط حسابي متدن جدا بلـغ (2.18)، كما أن مستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 12. أكبر من مستوى المعنوية المعتمـد لاختبار الفرضية (0.05)، وقد مثلت العبارة رقم (43) والتي تنص على أن الأزمة المالية أثرت على جاذبية المعالم والعوامل التي تلبي اهتمامات رجال الأعمال والزوار القادمين.

2- يلاحظ عدم وجود تأثير للاستقرار السياسي في تجربـة إمـارتي دبـي وأبـوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، وبمتوسط حسابي بلغ (2.31) فـي إمارة دبي ومستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 62. أكبر من مستوى المعنويـة المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، مقابل (1.99) في إمارة ابوظبي ومستوى معنويـة لقيمة t المحسوبة والبالغ 22. أكبر من مستوى المعنوية المعتمـد لاختبـار الفرضـية

(0.05)، وأن العبارة رقم (46) والتي تنص على أن الأزمة المالية أسهمت في زيادة البطالة والتي عززت الدافعية والاستعداد لانتهاك الأنظمة والمعايير الـسلوكية العامـة، هذه العبارة نالت درجة الاهتمام الأولى لدى المديرين في الإمارتين.

3- يلاحظ وجود تأثير للاستقرار الاقتصادي في تجربة إمارتي دبي وابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، وبمتوسط حسابي بلغ (3.07) بالنسبة لإمـارة دبي وبمستوى معنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 000. أقل من مستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، مقابل (3.00) لإمارة ابوظبي ومستوى معنويـة لقيمـة t المحسوبة والبالغ 000. أقل من مستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، كما مثلت العبارة رقم (53) والتي تنص على أن الأزمة المالية قللت مـن قيمـة وحجـم القروض والتسهيلات التجارية والاستثمارية الممنوحة، مثلت هذه العبارة الاهتمام الأول لدى المديرين في الإمارتين.

4- يلاحظ عدم وجود تأثير للاستقرار الأمني في تجربـة إمـارتي دبـي وابـوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، حيث إن المتوسـط الحـسابي كـان (2.47) في دبي ومستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 110. أكبر من مـستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، مقابل (2.32) فـي أبـوظبي ومـستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 120. أكبر من مستوى المعنوية المعتمـد لاختبـار الفرضية (0.05)، وأن العبارة رقم (59) نالت نفس درجة الاهتمام لدى المديرين فـي الامارتين وتنص هذه العبارة على أن ظهور الأزمة المالية يتطلـب إجـراءات أمنيـة مشددة ومعقدة.

5- يلاحظ عدم وجود تأثير لقوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية في تجربة إمارتي دبي وابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.11) ومستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 000. اقل من مستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، مقابل (2.12) ومستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 000. أقل من مستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، كما يلاحظ أن العبارة رقم (62) تعد ذات اهتمام أكبر لدى المديرين في دبي، وتنص هذه العبارة على أن الأزمة المالية أسهمت في التقليل من أهمية الحوافز التشجيعية الجاذبة للاستثمار في دولة الإمارات، فيما شكلت العبارة رقم (67) درجة اهتمام اكبر لدى المديرين في أبوظبي، وتنص هذه العبارة على أن الأزمة المالية قللت من أهمية المشروعات التجارية ذات الجدوى اقتصادية.

6- يلاحظ عدم وجود تأثير لبيئة الأعمال ومناخ الاستثمار في تجربة إمارتي دبي وابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، حيث تم استخراج متوسطها الحسابي فكان (2.26) ومستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 000. أقل من مستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، مقابل (2.02) ومستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 000. أقل من مستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، وأن العبارة رقم (72) والتي تنص على أن الأزمة المالية أضعفت من قدرة دولة الإمارات كبيئة أعمال منافسة في كافة القطاعات الاقتصادية والتجارية، حيث إن هذه العبارة نالت درجة من الأهمية بالنسبة للمديرين، فيما حققت العبارة رقم (78)

درجة أهمية عن باقي العبارات وتنص هذه العبارة أن الأزمة المالية قللت من أهمية المجمعات الاستثمارية.

7- عدم وجود تأثير لمؤسسات الضيافة في تجربة إمارتي دبي وابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، وبمتوسط حسابي بالغ (2.67) في دبي ومستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 000. أقل من مستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، مقابل (2.49) في ابوظبي ومستوى معنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 001. أقل من مستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، وأن العبارة رقم(79) والتي تنص على أن الأزمة أضعفت من قدرات شركات السياحة والسفر على تنظيم رحلات للسياح ورجال الأعمال كانت بنفس الأهمية للإمارتين.

8- عدم وجود تأثير لأماكن التسوق في تجربة إمارتي دبي وابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، حيث تم استخراج المتوسط الحسابي فكان (2.06)، ومستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 011. اقل من مستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، وقد مثلت العبارة رقم (87) والتي تنص على أن الأزمة المالية أسهمت في التقليل من أهمية انتشار البنوك التجارية في مختلف الأماكن التي تقدم التسهيلات المصرفية، في حين تم استخراج المتوسط الحسابي للمديرين في ابوظبي فكان (1.95 **)** ومستوى المعنوية لقيمة t المحسوبة والبالغ 003. أقل من مستوى المعنوية المعتمد لاختبار الفرضية (0.05)، وأن العبارة رقم (88) والتي تنص على أن الأزمة المالية قللت من تأثير مهرجانات التسوق في جذب رجال الأعمال.

4-3 تحليل التباين للعوامل الديموغرافية لآراء عينة الدراسة حول فرضيات الدراسة

تم استخدام اختبار تحليل التباين (One way Anova) للتعرف على مدى وجود اختلافات في إجابات عينة الدراسة وتبعا للعوامل الديموغرافية المختلفة، حيث إن قاعدة القرار تنص على انه " **إذا كانت قيمة F المحسوبة أقل من قيمة F الجدولية فإنه لا توجد فروق في خصائص عينتي الدراسة** " وقد كانت النتائج على النحو التالي:

4-3-1 تحليل العوامل الديموغرافية لآراء عينة دبي حول فرضيات الدراسة

4-3-1-1 الجنس

الجدول (4 – 66)

نتائج تحليل التباين (One way Anova)

للفروق في إجابات عينة الدراسة في إمارة دبي تعزى إلى لجنس

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحريةdf	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنوية Sig	النتيجة
بين المجموعات	3.381	1	3.381	38.581	3.84	.000	يوجد فروق
داخل المجموعات	27.867	318	.088				
التباين الكلي	31.248	319					

يتبين من خلال الجدول (4-66) أن قيمة F المحسوبة هي (38.581) في حين ان قيمتها الجدولية بلغت(3.84) وبالمقارنة بين القيم التي تم الحصول عليها نجد أن قيمة F المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، مما يعني أنه "**يوجد فروق ذات دلالة إحصائيا في إجابات عينة الدراسة في دبي تعزى إلى الجنس**" وذلك عند مستوى معنوية قدره(.000) وهي أقل من5%.

4-3-1-2 العمر

الجدول (4 –67)

نتائج تحليل التباين (One way Anova)

للفروق في إجابات عينة الدراسة في إمارة دبي تعزى إلى العمر

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحريةdf	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنوية Sig	النتيجة
بين المجموعات	2.913	2	1.456	16.294	3.84	.000	يوجد فروق
داخل المجموعات	28.335	317	.089				
التباين الكلي	31.248	319					

يتبين من خلال الجدول (4-67) أن قيمة F المحسوبة هي (16.294) في حين ان قيمتها الجدولية بلغت (3.84) وبالمقارنة بين القيم التي تم الحصول عليها نجد أن قيمة F المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، مما يعني أنه " **يوجد فروق ذات دلالة إحصائيا في إجابات عينة الدراسة في إمارة دبي تعزى إلى العمر** " وذلك عند مستوى معنوية قدره (.000) وهي أقل من 5%.

4-3-1-3 المستوى التعليمي

الجدول (4 –68)

نتائج تحليل التباين (One way Anova)

للفروق في إجابات عينة الدراسة في إمارة دبي تعزى إلى للمستوى العلمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحريةdf	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنوية Sig	النتيجة
بين المجموعات	1.927	2	.963	10.415	3.84	.000	يوجد فروق
داخل المجموعات	29.321	317	.092				
التباين الكلي	31.248	319					

يتبين من خلال الجدول (4-68) أن قيمة F المحسوبة هي (10.415) في حـين ان قيمتها الجدولية بلغت (3.84) وبالمقارنة بين القيم التي تم الحصول عليها نجـد أن قيمـة F المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، مما يعني أنه " **يوجد فروق ذات دلالة إحصائيا في إجابـات عينة الدراسة في إمارة دبي تعزى للمستوى العلمي** " وذلك عند مستوى معنوية قدره (0.000) وهي أقل من 5%.

4-3-1-4 الحالة الاجتماعية

الجدول (4 –69)

نتائج تحليل التباين (One way Anova)

للفروق في إجابات عينة الدراسة في إمارة دبي تعزى إلى الحالة الاجتماعية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحريةdf	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنوية Sig	النتيجة
بين المجموعات	2.007	2	1.003	10.878	3.84	.000	يوجد فروق
داخل المجموعات	29.241	317	.092				
التباين الكلي	31.248	319					

يتبين من خلال الجدول (4-69) أن قيمة F المحسوبة هي (10.878) في حين ان قيمتها الجدولية بلغت (3.84) وبالمقارنة بين القيم التي تم الحصول عليها نجد أن قيمة F المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، مما يعني أنه " **يوجد فروق ذات دلالة إحصائيا في إجابات عينة الدراسة في إمارة دبي تعزى إلى المستوى العلمي** " وذلك عند مستوى معنوية قدره (0.000) وهي أقل من 5%.

4-3-1-5 الدخل الشهري

الجدول (4-70)

نتائج تحليل التباين (One way Anova)

للفروق في إجابات عينة الدراسة في إمارة دبي تعزى إلى الدخل الشهري

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحريةdf	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنوية Sig	النتيجة
بين المجموعات	4.242	4	1.060	12.369	3.84	.000	يوجد فروق
داخل المجموعات	27.006	315	.086				
التباين الكلي	31.248	319					

يتبين من خلال الجدول (4-70) أن قيمة F المحسوبة هي (12.369) في حين ان قيمتها الجدولية بلغت (3,84) وبالمقارنة بين القيم التي تم الحصول عليها نجد أن قيمة F المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، مما يعني أنه " **يوجد فروق ذات دلالة إحصائيا في إجابات عينة الدراسة في إمارة دبي تعزى إلى المستوى العلمي** " وذلك عند مستوى معنوية قدره (0.000) وهي أقل من %.

4-3-2 تحليل العوامل الديموغرافية لأراء عينة ابوظبي حول فرضيات الدراسة

4-3-2-1 الجنس

الجدول (4 – 71)

نتائج تحليل التباين (One way Anova)

للفروق في إجابات عينة الدراسة في إمارة ابوظبي تعزى إلى الجنس

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحريةdf	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنوية Sig	النتيجة
بين المجموعات	33.907	1	33.907	16.38	3.84	.000	يوجد فروق
داخل المجموعات	50.601	308	.164				
التباين الكلي	84.508	309					

يتبين من خلال الجدول (4-71) أن قيمة F المحسوبة هي (16.38) في حين ان قيمتها الجدولية بلغت (3.84) وبالمقارنة بين القيم التي تم الحصول عليها نجد أن قيمة F المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، مما يعني أنه " **يوجد فروق ذات دلالة إحصائيا في إجابات عينة الدراسة في إمارة أبوظبي تعزى إلى الجنس** " وذلك عند مستوى معنوية قدره (000.) وهي أقل من 5%.

4-3-2-2 العمر

الجدول (4 –72)

نتائج تحليل التباين (One way Anova)

للفروق في إجابات عينة الدراسة في إمارة ابوظبي تعزى إلى العمر

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحريةdf	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنوية Sig	النتيجة
بين المجموعات	1.721	2	.861	3.192	3.84	.042	لا يوجد فروق
داخل المجموعات	82.787	307	.270				
التباين الكلي	84.508	309					

يتبين من خلال الجدول (4-72) أن قيمة F المحسوبة هي (3.192) فـي حـين ان قيمتهـا الجدولية بلغت (3.84) وبالمقارنة بين القيم التي تم الحصول عليها نجد أن قيمة F المحـسوبة أقل من القيمة الجدولية، مما يعني " **عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائيا فـي إجابـات عينـة الدراسة في إمارة أبوظبي تعزى إلى العمر** " وذلك عند مستوى معنوية قدره (042.).

4-3-2 -3 المستوى التعليمي

الجدول (4 –73)

نتائج تحليل التباين (One way Anova)

للفروق في إجابات عينة الدراسة في إمارة ابوظبي تعزى إلى المستوى العلمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحريةdf	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنوية Sig	النتيجة
بين المجموعات	8.181	2	4.090	16.452	3.84	.000	يوجد فروق
داخل المجموعات	76.327	307	.249				
التباين الكلي	84.508	309					

يتبين من خلال الجدول (4-73) أن قيمة F المحسوبة هي (16.452) في حين ان قيمتها الجدولية بلغت (3.84) وبالمقارنة بين القيم التي تم الحصول عليها نجد أن قيمة F المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، مما يعني أنه " **يوجد فروق ذات دلالة إحصائيا في إجابات عينة الدراسة في أبوظبي تعزى إلى المستوى العلمي** " وذلك عند مستوى معنوية قدره (0.000) وهي أقل من 5%.

4-2-3-4 الحالة الاجتماعية

الجدول (4 – 74)

نتائج تحليل التباين (One way Anova)

للفروق في إجابات عينة الدراسة في إمارة ابوظبي تعزى إلى الحالة الاجتماعية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمة F الجدولية	مستوى المعنوية Sig	النتيجة
بين المجموعات	2.369	2	1.184	4.426	3.84	.013	يوجد فروق
داخل المجموعات	82.139	307	.268				
التباين الكلي	84.508	309					

يتبين من خلال الجدول (4-74) أن قيمة F المحسوبة هي (4.426) في حين ان قيمتها الجدولية بلغت (3.84) وبالمقارنة بين القيم التي تم الحصول عليها نجد أن قيمة F المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، مما يعني أنه " **يوجد فروق ذات دلالة إحصائيا في إجابات عينة الدراسة في أبوظبي تعزى إلى المستوى العلمي** " وذلك عند مستوى معنوية قدره (0.013) وهي أقل من 5%.

4-3-2 -5 الدخل الشهري

الجدول (4-75)

نتائج تحليل التباين (One way Anova)

للفروق في إجابات عينة الدراسة في إمارة ابوظبي تعزى إلى الدخل الشهري

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحريةdf	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنوية Sig	النتيجة
بين المجموعات	15.249	4	3.812				
داخل المجموعات	69.259	305	.227	16.789	3.84	.000	يوجد فروق
التباين الكلي	84.508	309					

يتبين من خلال الجدول (4-75) أن قيمة F المحسوبة هي (16.789) فـي حـين ان قيمتها الجدولية بلغت (3.84) وبالمقارنة بين القيم التي تم الحصول عليها نجـد أن قيمـة F المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، مما يعني أنه " **يوجد فروق ذات دلالة إحصائيا في إجابـات عينة الدراسة في أبوظبي تعزى إلى الدخل الشهري**" وذلك عند مستوى معنوية قدره (0.000) وهي أقل من 5%.

4-3-3 مقارنة نتائج تحليل التباين

أما بالنسبة للفروق والاختلافات في إجابات عينتي الدراسة فإن الباحث قام بعقـد مقارنـة بـين النتائج التي تم التوصل إليها في الإمارتين وكانت على النحو التالي:

1- يلاحظ وجود فروق ذات دلالة إحصائيا في إجابات عينتني الدراسة في إمارتي دبي وابوظبي تعزى إلى الجنس.

2- يلاحظ وجود فروق ذات دلالة إحصائيا في إجابات عينة الدراسة في إمـارة دبـي تعزى إلى العمر، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيا في إجابات عينة الدراسة في ابوظبي تعزى إلى العمر.

3- يلاحظ وجود فروق ذات دلالة إحصائيا في إجابات عينتني الدراسة في إمارتي دبي وابوظبي تعزى إلى المستوى التعليمي.

4- يلاحظ وجود فروق ذات دلالة إحصائيا في إجابات عينتني الدراسة في إمارتي دبي وابوظبي تعزى إلى الحالة الاجتماعية.

5- يلاحظ وجود فروق ذات دلالة إحصائيا في إجابات عينتني الدراسة في إمارتي دبي وابوظبي تعزى إلى الدخل الشهري.

4-4 نتائج المقابلات الشخصية مع المديرين

أجرى الباحث عددا من المقابلات الشخصية مع بعض المديرين العامين في الـشركات عينة الدراسة، من أجل التعرف على العوامل المؤثرة في تجربـة إمـارتي دبـي و ابـوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، من خلال توجيه عدد من الأسئلة، والملحـق (5) يبين الأسئلة التي تم توجيهها إلى المديرين، وقد تبين للباحث من خلال هذه المقابلات التـي أجريت مع هؤلاء المديرين ما يلي:

1- تبين للباحث ان هناك تأثيراً كبيراً للعامل النفسي للمتعاملين في القطاع المالي، حيث إنه عند إفلاس أو انهيار مؤسسة مالية بسبب وضعها السيئ فإن الذعر يصيب المودعين في المؤسسات المالية الأخرى، التي يكون الوضع المالي لمعظمها جيدا، ومن ثم يلجأون إلى سحب ودائعهم وبالتالي فإن سحب الودائع بصورة مفاجئة يؤدي إلى انهيـار تلـك المؤسسات المالية حتى لو كان وضعها جيدا وسليما، كما أفاد المديرون بأن تراجع قيمة الأسهم في البورصات الخليجية كان تأثيره النفسي كبيراً بدليل نتائج فوائـد الـشركات المعلنة خلال ثلاثة أرباع العام هي فوائد أرباح عالية.

2- تبين للباحث أن بعض المديرين قد قللوا من أثر الأزمة المالية التي تجتاح الولايات المتحدة على اقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة، واستبعدوا تأثير الأزمة على وضع النظام المصرفي للدولة والذي يتمتع بسيولة عالية وكافية ووضع مالي يجعلهـا قـادرة على تجاوز الأزمة الحالية، كما أن سرعة إجراءات تدعيم أسواق المال في الدولة وقيام المصرف المركزي التابع لحكومة دولة الإمارات بضخ السيولة وبمقـدار 50 مليـار درهم في البنوك والتي تخضع أصلا إلى نظام رقابة شديد قلصت مـن حجـم تأثرهـا بالأزمة الاقتصادية.

3- أكد بعض المديرين أن دولة الإمارات العربية المتحدة قادرة على مواجهة الأزمة المالية الحالية نظرا للإيرادات النفطية الكبيرة، وما تحققه من فوائض مالية تجعلها قادرة على التحرك للتصدي لأي أزمة مالية، إضافة إلى مواجهة تراجع مستوى السيولة المتوافرة في السوق لتمويل المشاريع الجديدة في الدولة، كما أن سعر النفط في حدود 60 إلى 70 دولار للبرميل يجعل الدولة قادرة على إحداث توازن في ميزانيتها.

4- أفاد المديرون بان تراجع العائدات النفطية لدولة الإمارات العربية المتحدة لم يؤثر داخليا في الاقتصاد الإماراتي، حيث إن التراجع الكبير لأسعار النفط جاء في الربع الأخير من العام 2008م، وإن أسعاره المرتفعة خلال الثلاثة أرباع العام الأولى من العام 2008م غطت فارق تراجع الأسعار، كما أن الفوائض الناتجة عن ارتفاع أسعار النفط تم توجيهها لاستثمارات أكثر حفظاً للقيمة وثباتاً للموارد المالية، فضلا عن استثمارها في أصول اقتصادية عاملة، وأوضح المديرون أن معدل النمو الاقتصادي في دول الإمارات العربية المتحدة يتراوح حاليا ما بين 12 و25%.

5- أفاد المديرون بأن الأزمة المالية العالمية ليست كلها شراً وقد كان لها تأثير إيجابي على المستهلك الإماراتي، حيث عملت على تخفيض نسبة التضخم من 14% إلى 9%، فضلا عن أنها تسببت في خفض أسعار مواد البناء مما أدى إلى انخفاض أسعار وإيجارات العقارات التي شهدت تزايدا كبيرا، وبين المديرون أن انخفاض سعر النفط خفض تكاليف النقل والبناء وأسعار السلع الاستهلاكية.

6- إن الأزمة المالية الغربية لها تأثير إيجابي كبير على الاقتصاد الإماراتي بشكل خاص والاقتصاد العالمي بشكل عام، حيث إن تجربة الولايات المتحدة الأمريكية كانت درسا لجميع الأنظمة الاقتصادية في العالم الذي يمكن أن يتعرض إلى نفس الأزمة

الأمريكية بعد سنوات قليلة، كما يمكن أن تكون الأزمة المالية سبباً في تشديد شروط الائتمان، واتخاذ تدابير مشددة لحماية اقتصادها وزيادة معايير السلامة المالية.

7- تبين للباحث أن الحكومة الإماراتية حققت فوائض هائلة في الحساب الجاري في الأعوام القليلة الماضية بفضل الزيادة بمقدار خمسة أمثال في أسعار النفط منذ عام 2002، واستثمر الكثير من الأموال في البنية التحتية والتنمية وأودع بعضها في صناديق ثروة سيادية مثل جهاز ابوظبي للاستثمار، وأضاف بعض المديرين أن البنوك الإماراتية تجنبت في الأغاب التعامل مع أنواع الأصول التي اعترتها المشاكل أثناء الأزمة الائتمانية في الولايات المتحدة.

8- اعتبر بعض المديرين أن الأزمة المالية العالمية في حقيقتها هي نتاج سياسات خطأ وليس نتيجة أوضاع اقتصادية صعبة، حيث إن سياسة الاقتراض غير المضمون في الولايات المتحدة وأوروبا، والرهون والديون أدت إلى إلحاق الضرر بالدائنين أنفسهم، كما أن تسابق أصحاب المؤسسات المالية والبنوك للحصول على المكافآت أدى إلى انصراف هؤلاء المسؤولين الماليين إلى كيفية الحصول على المكافآت وأهملوا مؤسساتهم، مما أدى إلى وقوع الأزمات المالية.

9- أشار بعض المديرين إلى ان تداعيات الأزمة المالية العالمية على دولة الإمارات العربية، كانت خفيفة حيث إن صرامة الأنظمة المالية للدولة خففت من أثر الأزمة فيها وكان محدوداً للغاية، كما أكد المديرين على وجود تعاون كبير في مواجهة تداعيات الأزمة الاقتصادية أسهم في جعل تأثير الأزمة محدوداً، كون أغلب استثمارات دولة الإمارات العربية المتحدة داخلية بينما استثماراتها الخارجية محدودة.

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

1-5 النتائج

2-5 المضامين والاعتبارات التسويقية

3-5 التوصيات

4-5 اتجاهات لبحوث مستقبلية

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

في ضوء تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات الذي تم في الفصل الرابع، فانه تم تخصيص هذا الفصل لعرض النتائج التي توصل إليها الباحث من خلال تحليل إجابات المديرين في إمارتي دبي وأبوظبي عن أسئلة الدراسة، وعلى ضوء النتائج التي تم التوصل إليها في الدراسة الحالية قدم الباحث مجموعة من التوصيات وبعض المضامين والاعتبارات التسويقية بالإضافة إلى طرح بعض الاتجاهات لأبحاث ودراسات مستقبلية، ويمكن تلخيص أهم نتائج الدراسة وفق ما تم التوصل إليه من خلال إجابات عينتي الدراسة بما يلي:

5-1 النتائج

5-1 – 1 استنتاجات عينة دبي

أولا: **وجود تأثير لعناصر المزيج التسويقي مجتمعة في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عـالمي في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية**، كما أظهرت النتائج ما يلي:

- وجود تأثير للمنتج الخدمي في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عـالمي فـي ضـوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية.
- وجود تأثير للسعر في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي فـي ضـوء الأزمـة المالية من وجهة نظر تسويقية، وهي تطابق النتيجة التي توصلت إليها دراسة العنـزي، (2005) والتي بينت أثر أسعار الخدمات في نجاح دولة الكويت كموقع سياحي مهم في منطقة الخليج العربي.

- عدم وجود تأثير للتوزيع في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية.

- وجود تأثير للترويج في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضـوء الأزمـة المالية من وجهة نظر تسويقية، وهي نفس نتيجة دراسة كل من العنزي (2005) والتي بينت وجود أثر إيجابي لوسائل الترويج في نجاح دولة الكويت كموقع سياحي مهم فـي منطقة الخليج العربي.

- عدم وجود تأثير للناس في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمـة المالية من وجهة نظر تسويقية، وهي بعكس ما توصلت إليه دراسة العنـزي، (2005) والتي بينت أثر مهارات الأيدي العاملة في نجاح دولة الكويت كموقع سياحي مهم فـي منطقة الخليج العربي.

- عدم وجود تأثير لعملية تقديم الخدمة في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي فـي ضوء الأزمة المالية.

- عدم وجود تأثير للبيئة المادية في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضـوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية، وهذه النتيجة هي بعكس النتيجة التـي توصـلت إليها دراسة (Noel, 2001) التي أظهرت نتائجها أن المظهر المادي والسياسات لهمـا أثر بارز على جودة الخدمة المدركة وعلى سلوك الشراء.

ثانيا: **وجود تأثير للعوامل البيئية في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضـوء الأزمـة المالية من وجهة نظر تسويقية،** كما أظهرت النتائج ما يلي:

- وجود تأثير لجاذبية الموقع في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي فـي ضـوء الأزمة المالية وهذه النتيجة مطابقة للنتيجة التي توصلت إليها دراسة عـادل العنـزي، (2005)، التي بينت أهمية جاذبية الموقع في نجاح دولة الكويت كموقع سياحي مهم في منطقة الخليج العربي.

- عدم وجود تأثير للاستقرار السياسي في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي فـي ضوء الأزمة المالية.

- وجود تأثير للاستقرار الاقتصادي في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عـالمي فـي ضوء الأزمة المالية.

- عدم وجود تأثير للاستقرار الأمني في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عـالمي فـي ضوء الأزمة المالية.

- عدم وجود تأثير ايجابي لقوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية في تجربـة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية، وهذه النتيجة توافق النتيجـة التي توصلت إليها دراسة الربيعي، (2005) والتي بينت وجود أثر للسياسات الاقتصادية على مناخ الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية.

- عدم وجود تأثير لبيئة الأعمال ومناخ الاستثمار في تجربة إمارة دبي كمركز تجـارة عالمي في ضوء الأزمة المالية، وهي عكـس نتيجـة دراسـة (Juergen & Syed, 2000) والتي توصلت إلى وجود تأثير إيجابي للعناصر البيئيـة فـي نجـاح تـسويق المهرجانات.

- عدم وجود تأثير لمؤسسات الضيافة في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي فـي ضوء الأزمة المالية، وهذه النتيجة بعكس نتيجة دراسة العنزي، (2005)، والتي بينـت

وجود أثر ايجابي لشركات الضيافة في نجاح دولة الكويت كموقع سياحي مهم في منطقة الخليج العربي.

- عدم وجود تأثير لأماكن التسوق في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية، وهذه النتيجة بعكس نتيجة دراسة العنزي، (2005)، والتي بينت وجود أثر ايجابي للمجمعات والأسواق في نجاح دولة الكويت كموقع سياحي مهم في منطقة الخليج العربي.

5-1 – 2 استنتاجات عينة أبوظبي

أولا: وجود تأثير لعناصر المزيج التسويقي الخدمي مجتمعة في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية، كما أظهرت النتائج ما يلي:

- وجود تأثير للمنتج الخدمي في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

- وجود تأثير للسعر في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

- عدم وجود تأثير للتوزيع في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

- عدم وجود تأثير للترويج في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

- وجود تأثير للناس في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمـة المالية وهي عكس نتيجة دراسة (Gaston & Nha,1996) والتي أظهرت أن عنصر الناس غير مهم بالنسبة لعينة الدراسة في تقييم صورة المؤسسة.

- عدم وجود تأثير لعملية تقديم الخدمة في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عـالمي في ضوء الأزمة المالية.

- عدم وجود تأثير للبيئة المادية في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عـالمي فـي ضوء الأزمة المالية، وهي نفس نتيجـة دراسـة (Gaston & Nha,1996) والتـي أظهرت أن عنصر البيئة المادية غير مهم بالنسبة لعينة الدراسـة فـي تقيـيم صـورة المؤسسة.

ثانيا: وجود تأثير للعوامل البيئية في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي فـي ضـوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية، كما أظهرت النتائج ما يلي:

- عدم وجود تأثير لجاذبية الموقع في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي فـي ضوء الأزمة المالية.

- عدم وجود تأثير للاستقرار السياسي في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عـالمي في ضوء الأزمة المالية.

- وجود تأثير للاستقرار الاقتصادي في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

- عدم وجود تأثير للاستقرار الأمني في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

- عدم وجود تأثير لقوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية في تجربـة إمـارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية.

- عدم وجود تأثير لبيئة الأعمال ومناخ الاستثمار في تجربة إمارة ابـوظبي كمركـز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية، وهذه النتيجة بعكس نتيجة دراسة (Eric.2004) والتي توصلت إلى أن عناصر المناخ الاستثماري لها أثر بـالغ الأهميـة علـى حجـم الاستثمار الأجنبي المباشر، وبالتالي فإن هذه العناصر تعتبر من أهم العوامل المـؤثرة في حجم التدفقات الأجنبية المباشرة.

- عدم وجود تأثير لمؤسسات الضيافة في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عـالمي في ضوء الأزمة المالية

- عدم وجود تأثير لأماكن التسوق في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي فـي ضوء الأزمة المالية

5-2 المضامين والاعتبارات التسويقية

خلصت هذه الدراسة إلى بعض المضامين والاعتبارات التسويقية يمكن الإفادة منها وأهمها:

1- أهمية تهيئة المناخ الاستثماري لجذب المزيد من رأس المال الأجنبي، وذلك من خلال الحرص على خلق المزيد من أجواء الثقة لدى المستثمرين.

2- أهمية إيجاد برامج ترويجية مناسبة والمحافظة على موازنات الترويج المخصصة للتعريف بالخدمات الاستثمارية والسياحية والتجارية.

3- أهمية تفعيل عناصر المزيج التسويقي الخدمي (الخدمة، السعر، التوزيع، الترويج، العاملون، عملية تقديم الخدمة، البيئة المادية) في تجربة إمارتي دبي وابوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية.

4- أهمية مؤسسات الضيافة وأماكن التسوق وتحسين أداء الشركات العاملة في مجال السياحة والسفر في تنظيم رحلات للسياح ورجال الأعمال القادمين إلى دولة الإمارات العربية المتحدة.

5- أهمية تحديث أماكن التسوق والمراكز التجارية والاستمرار بإقامة مهرجانات التسوق على اعتبار أنها من أكثر معالم الجذب في دولة الإمارات العربية المتحدة.

6- التركيز على أهمية جاذبية الموقع في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية، فقد أظهرت النتائج عدم وجود تأثير لجاذبية الموقع في تجربة إمارة أبوظبي، ووجود هذا التأثير في تجربة دبي.

7- أهمية البيئة المادية المتمثلة في جاذبية الأبنية والمنشات كونها ذات أهمية كبيرة في تحديد تقييم السائحين والتجار والمستثمرين لجودة الخدمة المتوقعة.

8- ضرورة تطوير بيئة الأعمال ومناخ الاستثمار في إمارتي دبي وابوظبي، حيث تبين عـدم وجود تأثير لبيئة الأعمال ومناخ الاستثمار في تجربة إمـارتي وابـوظبي كمركـزي تجـارة عالميين.

9- أهمية بناء مجمعات استثمارية لاستقطاب الاستثمارات الأجنبية والمشاريع التنموية الضخمة لدولة الإمارات العربية المتحدة.

10- أهمية الإفادة من البنية التحتية الأساسية للجذب السياحي والتجاري والاستثماري كالحدائق والمنتزهات والألعاب والمجمعات التجارية الكبيرة والمهرجانات الموسمية والمـسابقات لجعـل الاماراتين وجهتين جاذبتن.

11- جدوى وجود قوانين لتشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية في تجربـة إمـارتي دبـي وأبوظبي، حيث تبين عدم وجود تأثير لهذه القوانين والتشريعات في تجربة الإمارتين.

12- ضرورة الإفادة من مزايا الاستقرار السياسي والاقتصادي والأمني التي تتمتع بهـا دولـة الإمارات العربية المتحدة، لأن هذه المزايا تسهم في تقييم تجربة إمارتي دبي وابوظبي كمركزي تجارة عالميين.

13- ضرورة الاهتمام بجذب المستثمرين والتجار لأن ذلك يسهم في إثراء تجربة إمارتي دبـي وأبوظبي كمركزي تجارة عالميين في ضوء الأزمة المالية، حيث تبين تفاوت أثر هذه العناصر في تجربة الإمارتين.

5-3 التوصيات

يوصي الباحث بما يلي:

1- ضرورة الإفادة من وجود قيادة سياسية راسخة المبادئ ومستقرة وقادرة على حماية اقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة، حيث عملت هذه القيادة على احتواء التداعيات التي خلفتها الأزمة العالمية على السوق.

2- نظرا للترابط والتجاور بين كل من إمارتي دبي وأبوظبي وما ترتب على ذلك من تكامل للمصالح والأنشطة المتبادلة ولتفعيل هذه الأنشطة وتحقيق المنافع والمصالح المشتركة بينهما، يقترح الباحث إنشاء لجنة مشتركة بين الإمارتين تمثل الجهات الحكومية المختصة ورجال الأعمال في الإمارتين لتحقيق التنسيق والترابط بما يؤدي إلى التوأمة والتكامل.

3- دراسة كيفية الاستغلال الأمثل للمقومات البيئية التي تمتلكها إمارتا دبي وأبوظبي، من خلال إعطاء دور للقطاع الخاص لاستثمارها مع وضع ضوابط معينة للمحافظة عليها.

4- العمل على تنفيذ استثمارات لتطوير كافة مرافق البنى التحتية لاستيعاب المشاريع التجاريـة السياحية والخدمية الجديدة، لما لها من تأثير كبير على نمو وتنافسية الأنشطة الاستثمارية.

5- المرونة في تطبيق القوانين والتشريعات الخاصة بتشجيع الاستثمار فيما يتعلق بالرسوم على بعض الخدمات كرسوم (الأراضي والبلدية والسجل التجاري وضريبة السياحة)، بحيث تراعـى عند التطبيق ظروف رجال الأعمال وبما يتناسب مع مستوى الاستثمارات.

6- تعزيز ثقافة الاستثمار والاندماج في الاقتصاد العالمي من خلال التركيز على الاستثمار في الأنشطة والصناعات ذات القيمة المضافة العالية، بما في ذلك البنى التحتية والخدمات الـسياحية والتجارية.

7- التشجيع على إعطاء المزيد من الحوافز للمستثمرين والتجار والسياح لجذبهم إلى الإمارتين، وذلك لأهميتها في المحافظة على استمرارية هؤلاء بتفضيل دولة الإمارات العربية المتحدة على غيرها.

8- ضرورة التنسيق بين مختلف الجهات المسئولة في دولة الإمارات العربية المتحدة، لتحقيق سهولة انسياب التنقل بين دولة الإمارات ومختلف دول العالم، وذلك بالإبقاء على المنافذ العبورية الكافية لتنشيط الحركة التجارية والاستثمارية السياحية.

9- الاستمرار في تقديم التسهيلات المطلوبة دائما من المستثمرين والدعم والإعفاءات الضريبية للخدمات المقدمة لجذب المستثمرين، وذلك بغرض عرض هذه الخدمات بسعر تنافسي مقارنـة بأسعار مثيلاتها في المدن المجاورة التي تمثل مراكز تجارة عالمية.

10- تسهيل منح تأشيرات الزيارة والدخول للتجار والمستثمرين والسياح إلى الإمارتين والعمل على توافر الخدمات التي يحتاجها القادمون إلى دولة الإمارات العربية لإتمام أعمالهم التجارية والاستثمارية في الوقت والمكان المناسبين.

11- الإفادة من الموقع الجغرافي المتوسط لدولة الإمارات العربية المتحدة كمنطقة جذب هامـة وتفعيل دورها الاقتصادي، من خلال تحويل بعض المواقع إلى مناطق تجارية حـرة تـستقطب رجال الأعمال.

12- ضرورة الإفادة القصوى من المزايا التي يوفرها الاستقرار السياسي والاقتصادي والأمني في دولة الإمارات العربية، كونه أسهم بشكل كبير في نجاح تجربة إمـارتي دبـي وأبـوظبي كمركزي تجارة عالميين.

13- زيادة الاهتمام ببيئة الأعمال ومناخ الاستثمار وذلك للحفاظ على قدرات دولة الإمارات العربية المتحدة، كبيئة أعمال منافسة في كافة القطاعات الاقتصادية والتجارية والاستثمارية.

14- إن تحقيق التنسيق بين كل من الجهات الحكومية المختصة والقطاع الخاص يتطلب إنـشاء جهة مشتركة بينهما، بحيث تكون مسئولة عن مناقشة واقتراح خطط لتنشيط الحركة الاستثمارية والتجارية والسياحية، ووضع حلول للعوائق التي تواجه المستثمرين والتجار.

15- الإفادة من الأهمية المتزايدة للشركات الاستثمارية والتجارية العاملة في دولـة الإمـارات العربية المتحدة في الأسواق الإقليمية والعالمية، حيث إن بعض هذه الشركات تعـد فـي عـداد الشركات العالمية من حيث حجم أعمالها وانتشارها الجغرافي ودورها في الأسواق.

16- قيام الجهات المعنية في دولة الإمارات العربية المتحدة بحملة ترويجية مركـزة للجـذب السياحي والاستثماري والتجاري كوجهة قصد لهذه الأعمال.

17- تشجيع تمليك الأراضي المخصصة للمشاريع السياحية والتجارية والاستثمارية، من خلال سياسة تتبعها وزارة التجارة والصناعة بوضع ضوابط بسحب الأرض من المستثمرين بعد فترة معينة من استغلالها.

18- التشجيع على إقامة المعارض المتخصصة التي تعرض الفرص الاسـتثمارية والتجاريـة والسياحية المتاحة في الإمارتين وأن تكون مواعيدها متزامنة مع مواسم المهرجانات.

19- قيام الجهات المعينة بدور إرشادي للمستثمرين في مختلف القطاعات الاستثمارية والتجارية، بحيث تحقق التوازن بين العرض والطلب في السوق، وذلك من خلال توفير الإحصائيات الدورية وبالتنسيق مع بلديتي دبي وأبوظبي.

4-5 اتجاهات لبحوث مستقبلية

يمكن طرح اتجاهات لأبحاث مستقبلية يمكن أن تسهم في إثراء هذا الموضـوع مـن جوانـب مختلفة مثل:

1- إجراء دراسات وأبحاث تركز على تقييم تجربة مدن الخليج العربي الأخرى مثـل تجربـة مدينة الكويت.

2- إجراء دراسات وأبحاث متعمقة حول كل عنصر من عناصر المزيج التسويقي ومعرفة أثر كل عنصر في تجربة دبي أو أبوظبي أو الكويت وذلك بدراسة مستقلة.

3- إجراء دراسات وأبحاث متعمقة حول المقومات البيئية والثقافية المؤثرة في تجربة دبـي أو ابوظبي أو الكويت ومعرفة أثر كل منها في دراسة مستقلة.

4- إجراء دراسات وأبحاث تركز على أهم الإستراتيجيات التسويقية الناجحة لمراكـز التجـارة العالمية في الدول العربية.

5- إجراء دراسات وأبحاث حول نفس الموضوع الذي تطرقت إليه الدراسة الحالية وذلك للتأكد من مدى مطابقتها للنتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

الكتب

1- ابوشعر، عبد الرزاق أمين، (1997)، **العينات وتطبيقاتها في البحوث الاجتماعية**، معهد الإدارة العامة، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

2- احمد، احمد محمود، (2001)، **تسويق الخدمات المصرفية: مدخل نظري تطبيقي،** عمان: دار البركة للنشر والتوزيع.

3- الربيعي، فلاح، (2005) **أثر السياسات الاقتصادية على مناخ الاستثمار في الدول العربية** جامعة عمر المختار صنعاء: ليبيا.

4- الضمور، هاني، (2004)، **تسويق الخدمات**، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

5- المساعد، زكي، (2006)، **تسويق الخدمات وتطبيقاته،** عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.

6- حرب، هاني، (1999) **مبادئ التسويق**، مؤسسة الوراق للنشر: عمان.

7- حداد، شفيق وسويدان، نظام (1998), **أساسيات التسويق**، عمان: دار الحامد.

8- الحداد، عوض (1999)، **تسويق الخدمات المصرفية**، القاهرة: البيان للطباعة والنشر.

9- دعبول، محمد وأيوب، محمد،(2003)، **مبادئ تسويق الخدمات**، دمشق : دار الرضا للنشر.

10- عبيدات, محمد (1995), **مبادئ التسويق** ,عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

11- مصطفى، محمد، (2003)، **التسويق الاستراتيجي للخدمات**، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.

12- معلا, ناجي أ, (2007) , **التروبج التجاري مدخل اتصالي تسويقي متكامل**، الطبعة الثانية، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

13- معلا، ناجي ب، (2007), **الأصول العلمية للتسويق المصرفي،** عمان: المؤسسة العالميـة للتجليد.

14- مـعلا, ناجي, ورائف, توفيق,2008, **أصول التسويق: مدخل تحليلي**,عمـان: دار وائـل للنشر والتوزيع.

الرسائل الجامعية

1- العنزي، عادل، (2005)، **تحليل وتقييم العوامل المؤثرة على تسويق دولة الكويت كموقـع سياحي مهم في منطقة الخليج العربي**. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعـة عمـان العربيـة للدراسات العليا: عمان.

2- قيصي، مطيع يوسف محمد ، (2000)، **دراسة في جغرافية السياحة فـي منطقـة أريحـا والبحر الميت**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس: فلسطين.

3- آل ربيعه، وائل حسين، (2007)، **اثـر استخدام الإنترنت على ترويج السياحة فـي دولـة الإمارات العربيـة المتحدة**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسـات الإداريـة والماليـة العليا، جامعة عمان العربية للدراسات العليا: عمان.

الدوريات

1- بوخاوة، إسماعيل وبن يعقوب الطاهر (2000)، إستراتيجية التأهيل التسويقي والتـوزيعي في المؤسسات الاقتصادية، **مجلة العلوم الاقتصادية**، العدد 1، سطيف.

2- الأسرج، حسين عبد المطلب ، (2008) تأثير الأزمـة الماليـة العالميـة علـى الاقتـصاد المصري، **المركز المصري للدراسات الاقتصادية**.

3- الصالح، حسين محمد ، (2004) تجربة التخطيط السياحي في سلطنة عمان، **مجلة الإداري**، المجلد 9, العدد 21.

4- الضمور، هاني وعايش، هدى (2005), اثر عناصر المزيج التـسويقي الخـدمي لفنـادق الخمس نجوم في الأردن عن الصورة المدركة من قبل السياح: دراسة مقارنة, **المجلة الأردنيـة في إدارة الأعمال**، المجلد 1,العدد 1, ص101-119.

5- حماد، عبد القادر إبراهيم ، (2005)، التطلعات السياحية في قطاع غزة بعد زوال الاحتلال دراسة في جغرافية السياح، **مجلة رؤية**، السنة الرابعة، العدد السادس والأربعون، الهيئة العامة للاستعلامات، غزة.

6- العتيبي، عبيد سرور، (2002)، بعنوان: السياحة والترويج في دولة الكويت، **مركز الوثائق والدراسات الإنسانية**، قطر: الدوحة.

7- أبو شعبان، عماد إبراهيم، (2008) الأزمة المالية العالمية مـدخل فـي الأسـباب، **مركـز الاقتصاد الإسلامي.**

8- معلا، ناجي، (1998)، قياس جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية فـي الأردن، **مجلة دراسات العلوم الإدارية**، الأردن: الجامعة الأردنية، مجلد رقم 5، العدد رقـم 2، صفحة 357 – 373.

9- عبدالله، متعب ، 2008، تأثير الأزمة المالية العالمية على القضايا العسكرية والأمنية، **مجلة كلية الملك خالد العسكرية**، السعودية: الرياض، العدد 95، تاريخ 2008/12/1.

التقارير والإحصائيات

1- التقرير السنوي لعام 2007، الصادر عن بنك الإمارات المركزي.

2- التقرير السنوي الثاني والثلاثون 2005، الصادر عن دائرة الأبحـاث، ابـوظبي/الإمـارات العربية المتحدة.

3- الدليل السنوي، 2007، الصادر عن دائرة السياحة والتسويق التجاري، دبي/الإمارات العربية المتحدة.

4- دائرة التنمية الاقتصادية، بلدية دبي2000، تجربة إمارة دبي في التنمية السياحية وعلاقتهـا بالتخطيط العمراني المستقبلي.

5- الدليل السنوي، 2007، الصادر عن الهيئة العامة للجمارك في دبـي/ الإمـارات العربيـة المتحدة.

- مؤتمر السياحة العربي، 2005، دمشق: سوريا.

المراجع باللغة الأجنبية

1- Abdel-Rahman, M.(2002),"The Determinants of Foreign Direct Investment the Kingdom of Saudi Arabia" **Journal of Business Strategy, Vol. 1, No. 5, pp.55-63.**

2- Aalst. I, & Daly. C (2002). International Visitor Satisfaction with their New Zealand Exper. **The Accommodation Product Market. Service Marketing .pp 2-7.**

3- Brain Goodall, (1995), Opportunities preparation as analytical methods for marketing: vision to targeted tourism area, **Economics and Organization Vol. 3, No 2, pp. 125 – 133.**

4- Berry, L.L Parasouraman, A., and Zeithaml, V.A. (1991) **The Service Quality Puzzle,** Prentice Hall Int, Inc.New Jersey.

5- Bitner,et al M.J, Brown, S.W and Meuter, M.L. (2000) Technology Infusion in Service Encounters**, Journal of the Academy of Marketing Scince, Vol. 28, No .1 pp. 138-149.**

6- Brady ,Michael, 2001,Some New Thoughts On Conceptualizing Perceived Service Quality :Hierarchical Approach, **Journal Of Marketing, Vol.65, Issue 3, pp. 3-16.**

7- Cateora, P, Graham ,J, (2002**). International Marketing** ,Mcgraw-Hill.

8- Francis, , C.L (2004) The effect of export marketing programs on export efficiency in Canadian institutions. **, Marketing Science, Vol.16 No 2 pp.129-145**

9- Friedrich Zimmerman, (1995),Tourism organization in Austria or regional level, **International Journal, Vol. 12 No. 4, pp. 341-355**

10- Gilmore, A.(2003) **.Services ,Marketing And Management** .New Delhi: Response Books.1.

11- Gaston LeBlanc & Nha Nguyen,(1996) Evaluating company the perception in service section from the clients point of view," **Irish Marketing Review, Vol. 17 No 1/2, pp. 30-36.**

12- Howrd, John A, (1973**), Marketing Management :Operating Stratigic And Administratives**, P.1.

13- Juergen Gnoth and Syed Aziz Anwar,(2000), Newzeland is the best in festival and event tourism, **Journal of Marketing, vol. No. 97, pp 68-84.**

14- Keller, L , (2003**). Strategic Brand Management**, Prentice Hall Int. New Jersey.

15- Kotler, Philip & Keller, Kevin (2006**) Marketing Management Delivering High Customer Value**, New Jersey Prentice Hall.

16- Law , R. & Hsu, C. (2005) **,** Customers' perceptions on the importance of hotel web site dimensions and attributes, **international journal of contemporary hospitality management, (online). 17 (6). Available: file: // A: Emerald. host Htm.**

17- Lovelock ,C.And Wright ,l.(2002) **.Principle Of Service Marketing And Management .**New Jersey. Upper Suddle River: Pearson: Prentice Hall.

18- Love Lock,C,And Writz,J.(2004) **Services Marketing.** Pearson: Prentice Hall.

19- Naresh K . Malhotra ,2004 **, Marketing Research ,** New Jersey . Upper Suddle River: Pearson Prentice Hall.

20- Noel Y.m.siu Jeff Cheung, (2001), The measurement of service quality in multi department stores**, Journal of Marketing Vol, 54 No 46. pp.27-41.**

21- Pride Nilliam .J .And Ferrel O.C (2003**), Marketing: Concepts and Strategies**, USA , New Jersey.

22- Rajendran , T.J kamalanabhan , 2001, Customer Perceptions Of Service Quality : Critique , **Total Quality Management, Vol.12, Issue 1 , pp.111-114.**

23- Zeithaml,V. A. Parasuraman ,And Berry,L.L.(2000) .**Delivering Service Quality**. New York: The Free Press.

24- T. Bonnit. Eric.(2004), The effect of investment climate in developing countries on direct foreign investment, **Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 28, No 1: 138-149).**

25- William Gartner,(1996) Regional organization for tourism improvement, **Journal of Marketing Research, Vol. 34 No. 3, 347-356**.

المراجع الالكترونية

- http://www.qatarp.com, Retrieved,16 -3-2008

- http://www.luxuryexplorer.com, Retrieved, 2-6- 2008

- aaw.hct.ac.ae/Arabic.htm, Retrieved, 16-3-2008

- www.dubaitourism.co.ae, Retrieved, 16-7-2008

- www. Al-jazirah .com, Retrieved, 16-7-2008

- www.dubaitourism.co.ae, Retrieved, 16-7-2008

- www.newstin.ae/tag/ar, Retrieved, 22-1-2009

- www.dubaitourism.co.ae, Retrieved, 16-7-2008

- www.adm.gov.ae, Retrieved, 19-3-2009

- www.newstin.ae/tag/ar, Retrieved, 19-3-2009

قائمة الملاحق

ملحق رقم (1)

استبانة الدراسة عينة دبي

جامعة عمان العربية للدراسات العليا
كلية الدراسات الإدارية والمالية العليا

قسم إدارة الأعمال/ التسويق

بسم الله الرحمن الرحيم

عطوفة السيد المدير العام المحترم
تحية احترام وتقدير:

استبانة حول موضوع:

تقييم تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية

تهـدف هــذه الدراسة إلى **تقييم تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية,** ولأهمية رأيكم في تكويـن قاعدة بيـانات مفيـدة لغرض هذه الدراسة, نرجو قراءة الأسئلة الواردة في هذه الاستبانة والإجابة عنها بموضوعية تامة, علما بان البيانات التي ستدلون بها ستعامل بسرية تامة ولغرض هذه الدراسـة فقـط, وسـيقوم الباحـث بتزويدكم بنتائج هذه الدراسة للاستفادة حال الانتهاء من إعدادها.

وشكرا لتعاونكم

الباحث

عدنان احمد علي عبيدات

الجزء الأول: المعلومات الديموغرافية

الجنس:

□ ذكر □ أنثى

العمـر:

□ أقل من 30 سنة □30 سنة – أقل من 40

□ 40 سنة – أقل من 50 □50 سنة فأكثر

المستوى التعليمي:

□ ثانوية عامة □ دبلوم كلية مجتمع

□ بكالوريوس □ ماجستير □ دكتوراه

الحالة الاجتماعية:

□ أعزب □ متزوج □ أرمل □ مطلق

الدخل الشهري:

□ اقل من 2500 دولار □ 2500 إلى اقل مـن3000 دولار □ 3000 إلى اقل من 3500 دولار □3500 إلـى اقـل مـن 4000 دولار □4000 إلى اقل مـن 4500 دولار □ أكثـر مـن 4500 دولار

الجزء الثاني: معلومات حول متغيرات الدراسة.

العبارات الواردة في هذه القائمة تمثل متغيرات الدراسة, يرجى قراءتها وبيان رأيكم في كل منها، وذلك بوضع إشارة (x) على الإجابة المحاذية لكل عبارة.

عناصر المزيج التسويقي الخدمي.

الفرضية الأولى: لا يوجد تأثير لعناصر المزيج التسويقي الخدمي (الخدمة، السعر، التوزيع، الترويج، العاملون، عملية تقديم الخدمة، البيئة المادية) في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية.

الخدمة

التسلسل	العبارة	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
1	أثرت الأزمة المالية سلبيا على مستوى الخدمات المقدمة للتجار والسياح					
2	أسهمت الأزمة المالية في التأثير السلبي على درجة التنوع في الخدمات المقدمة					
3	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من إمكانيات تقديم خدمات منافسة					
4	ان الأزمة المالية قلت من إمكانيات تقديم خدمات تجارية وسياحية بالطريقة التي تلبي احتياجات ورغبات القادمين					
5	أسهمت الأزمة المالية في التأثير سلبيا على سمعة ومكانة دولة الإمارات في مجال التجارة والسياحة					

السعر

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـر موافق	غيـر موافـق جدا
6	ان الأزمة المالية جعلت الأسعار غير ملائمة لجودة الخدمات المقدمة					
7	ان الأزمة المالية قللت من الخصومات الممنوحة على الخدمات المقدمة					
8	أثرت الأزمة المالية سلبيا علـى أسـعار الخـدمات السياحية المقدمة					
9	أثرت الأزمة المالية على أسعار الخـدمات المقدمـة مما افقدها القدرة على المنافسة					
10	أسهمت الأزمة المالية في زيادة رسـوم وتكـاليف الخدمات المقدمة					
11	قللت الأزمة المالية من نسبة الطلب على الخـدمات المقدمة					
12	أثرت الأزمة المالية سلبيا على نسبة المعروض من الخدمات المقدمة					

التوزيع

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـر موافق	غيـر موافـق جدا
13	أثرت الأزمة المالية سلبيا على توفير وسـائط نقـل مناسبة إلى دبي					
14	تعد الأزمة المالية سببا رئيسيا في التأثير السلبي على قرار اختيار دبي كجهة قصد تجارية وسياحية					

15	أثرت الأزمة على مدى توفر الخدمات التي يحتاجها القادمون لإتمام الأعمال التجارية في الوقت المناسب					
16	أثرت الأزمة المالية سلبيا على الخـدمات اللازمـة لإتمام الأعمال التجارية في المكان المناسب					

الترويج

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيــر موافق	غيــر موافــق جدا
17	أثرت الأزمة المالية سلبيا على موازنـات التـرويج للخدمات السياحية والتجارية					
18	تعد الأزمة المالية سببا في التقليل من الندوات حول الخدمات المقدمة					
19	أسهمت الأزمة المالية في تقليل الإعلانـات حـول الخدمات المقدمة					
20	انخفضت المواد والبرامج الدعائيـة حـول المزايـا التجارية والسياحية في الإمارات					
21	أدت الأزمة المالية إلى عدم وجود التقارير والأخبار حول الخدمات المقدمة					
22	ظهور الأزمة المالية قللت مـن اهتمـام الـشركات والبنوك في الرعاية الرسمية للمهرجانات بـاختلاف أنواعها					
23	أدت الأزمة المالية إلى تقليل المعارض والمهرجانات والمسابقات					
24	أثرت الأزمة المالية على فاعلية بـرامج العلاقـات العامة التي تعزز الثقة والـسمعة الطيبـة لمـستوى الخدمات المقدمة					
25	قللت الأزمة المالية من أهمية البرامج الدعائية حول مزايا الخدمات المقدمة					
26	أدت الأزمة المالية إلى التقليل من البرامج التي تدعم الصورة الذهنية والانطباعات حول دولة الإمارات					

الناس

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيــر موافق	غيــر موافــق جدا
27	تعد الأزمة المالية سببا في تقليل نوعية الخدمات التي يقدمها العاملون في النشاطات الخدمية					
28	أسهم ظهور الأزمة المالية في التقليل من الاهتمـام بنشاطات التدريب والتطوير					
29	أدت الأزمة المالية إلى انخفاض المكافآت والحـوافز التي يتلقاها العاملون					
30	أثرت الأزمة المالية على مستوى الخـدمات التـي يقدمها العاملون لرجال الأعمال والسياح					

عملية تقديم الخدمة

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيــر موافق	غيــر موافــق جدا
31	قللت الأزمة المالية فاعلية الطرق والإجراءات التي تمكن من توصيل وتوفير الخدمة إلى التجار والسياح					
32	ساعدت الأزمة المالية في جعل سلوك العاملين مـع التجار والسياح سلبيا					
33	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من اشتراك التجار والسياح في إنجاز الخدمة					
34	ساعدت الأزمة المالية في التقليل من حرية التصرف أو الاختيار للعاملين أثناء تقديم الخدمة					

البيئة المادية

غيـــر موافـــق جدا	غيـــر موافق	محايد	موافق	موافق جدا	العبـــــارة	التسلسل
					أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية جاذبيـة الأبنية والمنشات الموجودة في دبي	35
					أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهميـة تـوفر وسائل الاتـصال الحديثـة والمتطـورة (الهـاتف، الفاكس، الانترنت)	36
					قلت الأزمة المالية من أهمية توفر وسـائل النقـل المتطورة والمطارات والمعابر الجوية والبحرية	37
					أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهميـة تـوفر الخدمات الترفيهية المقدمة	38
					قلت الأزمة المالية مـن أهميـة تـوفر المعـدات والأجهزة في مؤسسات الخدمة	39
					أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهميـة تـوفر الإشارات والأدلة الإرشـادية الداخليـة لمؤسـسات الخدمة	40

عوامل بيئية

الفرضية الثانية: لا يوجد تأثير للعوامل البيئية والثقافية المتمثلة فـي (جاذبيـة الموقـع، الاسـتقرار السياسي والاقتصادي والأمني، قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية، مؤسـسات الـضيافة،

أماكن التسوق) في تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية من وجهـة نظـر تسويقية.

جاذبية الموقع

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـر موافق	غيـر موافـق جدا
41	أضعفت الأزمة المالية من جاذبية الموقع الجغرافـي المتوسط لدبي والذي يمثل ملتقى التجارة العالمية					
42	قللت الأزمة المالية من أهميـة الثـروة التاريخيـة المميزة والمواقع الأثرية في دبي					
43	أثرت الأزمة المالية على جاذبية المعالم والعوامـل التي تلبي اهتمامات رجال الأعمال والزوار القادمين					
44	قللت الأزمة المالية من أهمية موقع دولة الإمـارات الملائم من حيث سهولة الوصول إليه					
45	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهميـة مزايـا الشعب الإماراتي في كرم الضيافة العربية الأصيلة					

الاستقرار السياسي

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـر موافق	غيـر موافـق جدا
46	أسهمت الأزمة المالية في زيـادة البطالـة والتـي عززت الدافعيـة والاسـتعداد لانتهـاك الأنظمـة والمعايير السلوكية العامة					
47	أثرت الأزمة المالية على الأنظمة والمبادئ والقواعد السلوكية المألوفة في المجتمع الإماراتي					
48	قللت الأزمة المالية من أهمية الاسـتقرار الـسياسي الذي تتمتع به دولة الإمارات العربية المتحدة					

49	قلت الأزمة المالية من فرص تحقيـق الاسـتقرار السياسي في دولة الإمارات					
50	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهميـة وجـود رؤيا واضحة وحركة اقتصادية قويـة تـدل علـى الاستقرار السياسي لدولة الإمارات					

الاستقرار الاقتصادي

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـــر موافق	غيـــر موافـــق جدا
51	قلت الأزمة المالية من أهمية التطـور الاقتـصادي كقاعدة مثالية لأسواق العالم					
52	لم تسهم الأزمة المالية في الفرص الاستثمارية التـي تدعم الاقتصاد الوطني لدولة الإمارات					
53	قلت الأزمة المالية مـن قيمـة وحجـم القـروض والتسهيلات التجارية والاستثمارية الممنوحة					
54	قلت الأزمة المالية من معدلات النمو الاقتصادي في دولة الإمارات					
55	أسهمت الأزمة المالية في زيادة الحـواجز والقيـود على حركة التجارة وتحرك رؤوس الأموال					
56	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من تناسق العلاقات الاقتصادية والتجارية في دولة الإمارات					

الاستقرار الأمني

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـــر موافق	غيـــر موافـــق جدا
57	أسهمت الأزمة المالية في زيادة معدل الجريمة فـي دولة الإمارات					
58	أسهمت الأزمة المالية في إضعاف السيطرة الأمنيـة في الإمارات					

					ظهور الأزمة المالية يتطلب إجراءات أمنية مـشددة ومعقدة	59
					أدت الأزمة المالية إلـى خلـل المنظومـة الأمنيـة الوطنية لدولة الإمارات	60

قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية

غيــر موافــق جدا	غيــر موافق	محايد	موافق	موافق جدا	العبـــارة	التسلسل
					قلت الأزمة المالية من أهمية الـسياسات والقـوانين المشجعة للتجارة والأعمال في جـذب واسـتقطاب الاستثمارات إلى دبي	61
					أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية الحـوافز التشجيعية الجاذبة للاستثمار في دولة الإمارات	62
					تعد الأزمة المالية سببا في انخفاض الدعم الحكومي لتطوير التجارة والسياحة	63
					أضعفت الأزمة المالية من أهمية الـدعم الحكـومي للقطاع الخاص لتشجيعه في تطوير قطاعات التجارة والسياحة	64
					أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية السياسات والأنظمة الضريبية المعمول بها	65
					ان الأزمة المالية أسهمت في وجود قيود على حرية التجارة والسياحة	66
					قلت الأزمـة الماليـة مـن أهميـة المـشروعات التجارية ذات الجدوى اقتصادية	67
					أسهمت الأزمة الماليـة فـي التقليـل مـن أهميـة الإعفاءات الضريبية الممنوحة	68

بيئة الأعمال ومناخ الاستثمار

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـر موافق	غيـر موافـق جدا
69	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية المشاريع الحيوية والتي تشكل بيئة مثالية لمزاولـة الأعمـال التجارية والاستثمارية في الإمارات					
70	أضعفت الأزمة المالية من أهمية المشاريع الرياديـة والتنموية مما اثر في جذب السياح ورجال الأعمال					
71	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهميـة دبـي كوجهة أولى لرجال الأعمال والسياح					
72	أضعفت الأزمة المالية من قدرة دولة الإمارات كبيئة أعمال منافسة فـي كافـة القطاعـات الاقتـصادية والتجارية					
73	أثرت الأزمة المالية على قدرة دولة الإمارات فـي انتهاج سياسات للمحافظة على البيئـة والمـسؤولية الاجتماعية					
74	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية توفر بنية تحتية وخدمات متطورة					
75	أثرت الأزمة المالية على حرية التجارة وأسهمت في إيجاد عوائق وقيود على العملات الأجنبية					
76	أدت الأزمة المالية إلى التقليل مـن أهميـة تنـوع النشاطات الاقتصادية وأنـشطة التـصدير وحركـة					

					التجارة	
					أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية المزايا التنافسية	77
					قللت الأزمة المالية من أهمية المجمعات الاستثمارية كمدينة دبي للإنترنت ومدينة دبي للإعلام	78

مؤسسات الضيافة

غير موافق جدا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا	العبارة	التسلسل
					أضعفت الأزمة المالية من قدرات شركات السياحة والسفر على تنظيم رحلات للسياح ورجال الأعمال	79
					أضعفت الأزمة المالية من قدرات مؤسسات الضيافة على تطوير الخدمات المقدمة لرجال الأعمال والسياح	80
					أثرت الأزمة المالية على توفير خدمات حجوزات متطورة في الفنادق	81
					قللت الأزمة المالية من أهمية الخدمات التي توفرها الفنادق للقادمين إليها	82
					قللت الأزمة المالية من أهمية خدمات الإيواء التي تقدمها الفنادق	83
					قللت الأزمة المالية من أهمية تنوع خدمات التسلية والترفيه	84

إمكانيات التسوق

غير موافق جدا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا	العبارة	التسلسل
					أضعفت الأزمة المالية من أهمية انتشار المجمعات التجارية والأسواق الحديثة	85
					أسهمت الأزمة في التقليل من أهمية توافر المجمعات التجارية والأسواق التي تقدم خدمات مختلفة	86

87	أسهمت الأزمة في التقليل من أهمية انتشار البنـوك في مختلف الأماكن التي تقدم التسهيلات المصرفية					
88	قللت الأزمة المالية من تأثير مهرجانات التسوق في جذب رجال الأعمال					
89	أضعفت الأزمة المالية من أهمية مهرجانات التسوق كداعم قوي للمشاريع السياحية والترفيهية والتجارية					

المتغير التابع: تقييم تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة من وجهة نظر تسويقية

تقييم تجربة إمارة دبي كمنطقة جذب سياحية

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـــر موافق	غيـــر موافــق جدا
90	استقطاب أعداد كبيرةً من السياح في ضوء الأزمـة المالية					
91	مدى توفر خدمات سياحية وفندقيـة تلبـي حاجـات ورغبات رجال الأعمال والزائرين					
92	مدى تأثير الأزمـة الماليـة علـى معـدل الـدخل والإيرادات المتأتية من السياحة					
93	مدى تأثير الأزمة على التنمية السياحية في الإمارات					
94	مدى تأثير الأزمة المالية على إقامـة المهرجانـات السنوية في دبي					
95	مدى تأثير الأزمة المالية على حجم السياحة في دبي					

تقييم تجربة إمارة دبي كمركز لتجارة الأعمال

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـــر موافق	غيـــر موافــق جدا
96	اسـتقطاب أعـداد كبيـرةً مـن رجـال الأعمـال والمستثمرين في ضوء الأزمة المالية					
97	مدى تأثير الأزمة الماليـة علـى دولـة الإمـارات باعتبارها مركز أعمال إقليمي					

					مدى الاهتمام من قبل حكومة دبي في تطوير الخدمات المقدمة لرجال الأعمال والزوار	98
					مدى تأثير الأزمة المالية على مستوى العلاقات مع الشركات العالمية	99
					مدى تأثير الأزمة المالية على حجم التجارة الخارجية لدولة الإمارات	100

تقييم تجربة إمارة دبي كمركز للاستثمارات العالمية

غير موافق جدا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا	العبارة	التسلسل
					نجاح تجربة إمارة دبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية	101
					مدى تأثير الأزمة المالية على المناخ الاستثماري في دبي	102
					مدى تأثير الأزمة المالية على الفرص الاستثمارية المتاحة للمستثمرين القادمين إلى دبي	103
					مدى تأثير الأزمة المالية على حجم الاستثمارات لدبي	104
					وجود مشاريع استثمارية وتجارية متميزة تناسب جميع رجال الأعمال	105

انتهت الاستبانة شاكرا لكم تعاونكم

ملحق رقم (2)

استبانة الدراسة لعينة ابوظبي

جامعة عمان العربية للدراسات العليا
كلية الدراسات الإدارية والمالية العليا

قسم إدارة الأعمال/ التسويق

بسم الله الرحمن الرحيم

عطوفة السيد المدير العام المحترم
تحية احترام وتقدير:

استبانة حول موضوع:

تقييم تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية

تهـدف هـذه الدراسة إلى **تقييم تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي فـي ضـوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية**, ولأهمية رأيكم في تكويـن قاعدة بيـانات مفيـدة لغرض هذه الدراسة, نرجو قراءة الأسئلة الواردة في هذه الاستبانة والإجابة عنها بموضـوعية تامة, علما بان البيانات التي ستدلون بها ستعامل بسرية تامة ولغرض هذه الدراسة فقط, وسيقوم الباحث بتزويدكم بنتائج هذه الدراسة للاستفادة حال الانتهاء من إعدادها.

وشكرا لتعاونكم

الباحث

عدنان احمد علي عبيدات

الجزء الأول: المعلومات الديموغرافية

الجنس:

☐ ذكر ☐ أنثى

العمـر:

☐ أقل من 30 سنة ☐30 سنة – أقل من 40

☐ 40 سنة – أقل من 50 ☐50 سنة فأكثر

المستوى التعليمي:

☐ ثانوية عامة ☐ دبلوم كلية مجتمع

☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه

الحالة الاجتماعية:

☐ أعزب ☐ متزوج ☐ أرمل ☐ مطلق

الدخل الشهري:

☐ اقل من 2500 دولار ☐ 2500 إلى اقل مـن3000 دولار

☐ 3000 إلى اقل من 3500 دولار ☐3500 إلـى اقـل مـن

4000 دولار □4000 إلى اقل مـن 4500 دولار □ أكثـر مـن 4500 دولار

الجزء الثاني: معلومات حول متغيرات الدراسة.

العبارات الواردة في هذه القائمة تمثل متغيرات الدراسة, يرجى قراءتها وبيان رأيكم فـي كـل منها، وذلك بوضع إشارة (x) على الإجابة المحاذية لكل عبارة.

عناصر المزيج التسويقي الخدمي.

الفرضية الأولى: لا يوجد تأثير لعناصر المزيج التسويقي الخدمي (الخدمة، الـسعر، التوزيـع، الترويج، العاملون، عملية تقديم الخدمة، البيئة المادية) في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجـارة عالمي في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية.

الخدمة

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـــر موافق	غيـــر موافـــق جدا
1	أثرت الأزمة المالية سلبيا على مـستوى الخـدمات المقدمة للتجار والسياح					
2	أسهمت الأزمة المالية في التأثير السلبي على درجة التنوع في الخدمات المقدمة					
3	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من إمكانيات تقديم خدمات منافسة					
4	ان الأزمة المالية قللت من إمكانيات تقديم خـدمات تجارية وسياحية بالطريقة التـي تلبـي احتياجـات					

	ورغبات القادمين					
5	أسهمت الأزمة المالية في التأثير سلبيا على سـمعة ومكانة دولة الإمارات في مجال التجارة والسياحة					

السعر

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـر موافق	غيــر موافــق جدا
6	ان الأزمة المالية جعلت الأسعار غير ملائمة لجودة الخدمات المقدمة					
7	ان الأزمة المالية قللت من الخصومات الممنوحة على الخدمات المقدمة					
8	أثرت الأزمة المالية سلبيا علـى أسـعار الخـدمات السياحية المقدمة					
9	أثرت الأزمة المالية على أسعار الخـدمات المقدمـة مما افقدها القدرة على المنافسة					
10	أسهمت الأزمة المالية في زيادة رسـوم وتكـاليف الخدمات المقدمة					
11	قللت الأزمة المالية من نسبة الطلب على الخـدمات المقدمة					
12	أثرت الأزمة المالية سلبيا على نسبة المعروض من الخدمات المقدمة					

التوزيع

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـر موافق	غيــر موافــق جدا
13	أثرت الأزمة المالية سلبيا على توفير وسـائط نقـل					

	مناسبة إلى ابوظبي					
14	تعد الأزمة المالية سببا رئيسيا في التأثير السلبي على قرار اختيار ابوظبي كجهة قصد تجارية وسياحية					
15	أثرت الأزمة على مدى توفر الخدمات التي يحتاجها القادمون لإتمام الأعمال التجارية في الوقت المناسب					
16	أثرت الأزمة المالية سلبيا على الخـدمات اللازمـة لإتمام الأعمال التجارية في المكان المناسب					

الترويج

التسلسل	العبـ ـ ـارة	موا فق جدا	موا فق	محايد	غير مواف ق	غيـر موافق جدا
17	أثرت الأزمة المالية سلبيا على موازنـات التـرويج للخدمات السياحية والتجارية					
18	تعد الأزمة المالية سببا في التقليل من الندوات حول الخدمات المقدمة					
19	أسهمت الأزمة المالية في تقليل الإعلانـات حـول الخدمات المقدمة					
20	انخفضت المواد والبرامج الدعائيـة حـول المزايـا التجارية والسياحية في الإمارات					
21	أدت الأزمة المالية إلى عدم وجود التقارير والأخبار حول الخدمات المقدمة					
22	ظهور الأزمة المالية قللت مـن اهتمـام الـشركات والبنوك في الرعاية الرسمية للمهرجانات بـاختلاف أنواعها					
23	أدت الأزمة المالية إلى تقليل المعارض والمهرجانات والمسابقات					
24	أثرت الأزمة المالية على فاعلية بـرامج العلاقـات					

	العامة التي تعزز الثقة والسمعة الطيبة لمستوى الخدمات المقدمة					
25	قلت الأزمة المالية من أهمية البرامج الدعائية حول مزايا الخدمات المقدمة					
26	أدت الأزمة المالية إلى التقليل من البرامج التي تدعم الصورة الذهنية والانطباعات حول دولة الإمارات					

الناس

التسلسل	العبارة	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
27	تعد الأزمة المالية سببا في تقليل نوعية الخدمات التي يقدمها العاملون في النشاطات الخدمية					
28	أسهم ظهور الأزمة المالية في التقليل من الاهتمام بنشاطات التدريب والتطوير					
29	أدت الأزمة المالية إلى انخفاض المكافآت والحوافز التي يتلقاها العاملون					
30	أثرت الأزمة المالية على مستوى الخدمات التي يقدمها العاملون لرجال الأعمال والسياح					

عملية تقديم الخدمة

التسلسل	العبارة	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
31	قلت الأزمة المالية فاعلية الطرق والإجراءات التي تمكن من توصيل وتوفير الخدمة إلى التجار والسياح					
32	ساعدت الأزمة المالية في جعل سلوك العاملين مع التجار والسياح سلبيا					
33	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من اشتراك التجار					

	والسياح في إنجاز الخدمة					
34	ساعدت الأزمة المالية في التقليل من حرية التصرف أو الاختيار للعاملين أثناء تقديم الخدمة					

البيئة المادية

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيــر موافق	غيــر موافــق جدا
35	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية جاذبيـة الأبنية والمنشات الموجودة في ابوظبي					
36	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهميـة تـوفر وسائل الاتـصال الحديثـة والمتطـورة (الهـاتف، الفاكس، الانترنت)					
37	قلات الأزمة المالية من أهمية توفر وسـائل النقـل المتطورة والمطارات والمعابر الجوية والبحرية					
38	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهميـة تـوفر الخدمات الترفيهية المقدمة					
39	قللت الأزمة المالية مـن أهميـة تـوفر المعـدات والأجهزة في مؤسسات الخدمة					
40	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهميـة تـوفر الإشارات والأدلة الإرشـادية الداخليـة لمؤسـسات الخدمة					

عوامل بيئية

الفرضية الثانية: لا يوجد تأثير للعوامل البيئية والثقافية المتمثلة فـي (جاذبيـة الموقـع، الاسـتقرار السياسي والاقتصادي والأمني، قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية، مؤسـسات الـضيافة، أماكن التسوق) في تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية من وجهة نظر تسويقية.

جاذبية الموقع

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـــر موافق	غيـــر موافـــق جدا
41	أضعفت الأزمة المالية من جاذبية الموقع الجغرافـي المتوسط لابوظبي والذي يمثل ملتقى التجارة العالمية					
42	قلت الأزمة المالية من أهميـة الثـروة التاريخيـة المميزة والمواقع الأثرية في ابوظبي					
43	أثرت الأزمة المالية على جاذبية المعالم والعوامـل التي تلبي اهتمامات رجال الأعمال والزوار القادمين					
44	قلت الأزمة المالية من أهمية موقع دولة الإمـارات الملائم من حيث سهولة الوصول إليه					
45	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهميـة مزايـا الشعب الإماراتي في كرم الضيافة العربية الأصيلة					

الاستقرار السياسي

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـــر موافق	غيـــر موافـــق جدا
46	أسهمت الأزمة المالية في زيـادة البطالـة والتـي عززت الدافعيـة والاسـتعداد لانتهـاك الأنظمـة والمعايير السلوكية العامة					
47	أثرت الأزمة المالية على الأنظمة والمبادئ والقواعد السلوكية المألوفة في المجتمع الإماراتي					

48	قلت الأزمة المالية من أهمية الاستقرار السياسي الذي تتمتع به دولة الإمارات العربية المتحدة					
49	قلت الأزمة المالية من فرص تحقيق الاستقرار السياسي في دولة الإمارات					
50	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية وجود رؤيا واضحة وحركة اقتصادية قوية تدل على الاستقرار السياسي لدولة الإمارات					

الاستقرار الاقتصادي

التسلسل	العبارة	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
51	قلت الأزمة المالية من أهمية التطور الاقتصادي كقاعدة مثالية لأسواق العالم					
52	لم تسهم الأزمة المالية في الفرص الاستثمارية التي تدعم الاقتصاد الوطني لدولة الإمارات					
53	قلت الأزمة المالية من قيمة وحجم القروض والتسهيلات التجارية والاستثمارية الممنوحة					
54	قلت الأزمة المالية من معدلات النمو الاقتصادي في دولة الإمارات					
55	أسهمت الأزمة المالية في زيادة الحواجز والقيود على حركة التجارة وتحرك رؤوس الأموال					
56	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من تناسق العلاقات الاقتصادية والتجارية في دولة الإمارات					

الاستقرار الأمني

التسلسل	العبارة	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
57	أسهمت الأزمة المالية في زيادة معدل الجريمة في دولة الإمارات					

58	أسهمت الأزمة المالية في إضعاف السيطرة الأمنيـة في الإمارات					
59	ظهور الأزمة المالية يتطلب إجراءات أمنية مـشددة ومعقدة					
60	أدت الأزمة المالية إلـى خلـل المنظومـة الأمنيـة الوطنية لدولة الإمارات					

قوانين تشجيع الاستثمار والتشريعات الحكومية

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـــر موافق	غيـــر موافـــق جدا
61	قلت الأزمة المالية من أهمية الـسياسات والقـوانين المشجعة للتجارة والأعمال في جـذب واسـتقطاب الاستثمارات إلى ابوظبي					
62	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية الحـوافز التشجيعية الجاذبة للاستثمار في دولة الإمارات					
63	تعد الأزمة المالية سببا في انخفاض الدعم الحكومي لتطوير التجارة والسياحة					
64	أضعفت الأزمة المالية من أهمية الـدعم الحكـومي للقطاع الخاص لتشجيعه في تطوير قطاعات التجارة والسياحة					
65	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية السياسات والأنظمة الضريبية المعمول بها					
66	ان الأزمة المالية أسهمت في وجود قيود على حرية التجارة والسياحة					
67	قلت الأزمـة الماليـة مـن أهميـة المـشروعات التجارية ذات الجدوى اقتصادية					
68	أسهمت الأزمة الماليـة فـي التقليـل مـن أهميـة الإعفاءات الضريبية الممنوحة					

بيئة الأعمال ومناخ الاستثمار.

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـر موافق	غيـــر موافــق جدا
69	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية المشاريع الحيوية والتي تشكل بيئة مثالية لمزاولـة الأعمـال التجارية والاستثمارية في الإمارات					
70	أضعفت الأزمة المالية من أهمية المشاريع الرياديـة والتنموية مما اثر في جذب السياح ورجال الأعمال					
71	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية ابـوظبي كوجهة أولى لرجال الأعمال والسياح					
72	أضعفت الأزمة المالية من قدرة دولة الإمارات كبيئة أعمال منافسة فـي كافـة القطاعـات الاقتـصادية والتجارية					
73	أثرت الأزمة المالية على قدرة دولة الإمارات فـي انتهاج سياسات للمحافظة على البيئـة والمـسؤولية الاجتماعية					
74	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية توفر بنية تحتية وخدمات متطورة					
75	أثرت الأزمة المالية على حرية التجارة وأسهمت في إيجاد عوائق وقيود على العملات الأجنبية					
76	أدت الأزمة المالية إلى التقليل مـن أهميـة تنـوع					

	النشاطات الاقتصادية وأنـشطة التـصدير وحركـة التجارة					
77	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهمية المزايـا التنافسية					
78	قللت الأزمة المالية من أهمية المجمعات الاستثمارية					

مؤسسات الضيافة

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـر موافق	غيـر موافـق جدا
79	أضعفت الأزمة المالية من قدرات شركات الـسياحة والسفر على تنظيم رحلات للسياح ورجال الأعمال					
80	أضعفت الأزمة من قدرات مؤسسات الضيافة علـى تطوير الخدمات المقدمة لرجال الأعمال والسياح					
81	أثرت الأزمة المالية على توفير خدمات حجـوزات متطورة في الفنادق					
82	قللت الأزمة المالية من أهمية الخدمات التي توفرهـا الفنادق للقادمين إليها					
83	قللت الأزمة من أهمية خدمات الإيواء التي تقـدمها الفنادق					
84	قللت الأزمة من أهمية تنوع خدمات التسلية والترفيه					

إمكانيات التسوق

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيـر موافق	غيـر موافـق جدا
85	أضعفت الأزمة المالية من أهمية انتشار المجمعـات التجارية والأسواق الحديثة					
86	أسهمت الأزمة المالية في التقليل من أهميـة تـوافر					

	المجمعات التجارية والأسواق التـي تقـدم خـدمات مختلفة مثل تحويل العملات وتسهيلات الدفع					
87	أسهمت الأزمة في التقليل من أهمية انتشار البنـوك في مختاف الأماكن التي تقدم التسهيلات المصرفية					
88	قلات الأزمة المالية من تأثير مهرجانات التسوق في جذب رجال الأعمال					
89	أضعفت الأزمة المالية من أهمية مهرجانات التسوق كداعم قوي للمشاريع السياحية والترفيهية والتجارية					

المتغير التابع: تقييم تجربة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة من وجهة نظر تسويقية

تقييم تجربة إمارة ابوظبي كمنطقة جذب سياحية

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيــر موافق	غيــر موافــق جدا
90	استقطاب أعداد كبيرةً من السياح في ضوء الأزمـة المالية					
91	مدى توفر خدمات سياحية وفندقيـة تلبـي حاجـات ورغبات رجال الأعمال والزائرين					
92	مدى تأثير الأزمـة الماليـة علـى معـدل الـدخل والإيرادات المتأتية من السياحة					
93	مدى تأثير الأزمة المالية على التنمية السياحية فـي دولة الإمارات					
94	مدى تأثير الأزمة المالية على إقامـة المهرجانـات السنوية في ابوظبي					
95	مدى تأثير الأزمة المالية على حجم الـسياحة فـي ابوظبي					

تقييم تجربة إمارة ابوظبي كمركز لتجارة الأعمال

التسلسل	العبـــارة	موافق جدا	موافق	محايد	غيــر موافق	غيــر موافــق جدا
96	اسـتقطاب أعـداد كبيـرةً مـن رجـال الأعمـال					

	والمستثمرين في ضوء الأزمة المالية					
97	مدى تأثير الأزمة المالية على دولة الإمارات باعتبارها مركز أعمال إقليمي					
98	مدى الاهتمام من قبل حكومة دبي في تطوير الخدمات المقدمة لرجال الأعمال والزوار					
99	مدى تأثير الأزمة على مستوى العلاقات مع الشركات العالمية					
100	تأثير الأزمة على حجم التجارة الخارجية للإمارات					

تقييم تجربة إمارة ابوظبي كمركز للاستثمارات العالمية

التسلسل	العبارة	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
101	نجاح تجربة إمارة ابوظبي كمركز تجارة عالمي في ضوء الأزمة المالية					
102	مدى تأثير الأزمة المالية على المناخ الاستثماري في ابوظبي					
103	مدى تأثير الأزمة المالية على الفرص الاستثمارية المتاحة للمستثمرين القادمين إلى ابوظبي					
104	مدى تأثير الأزمة المالية على حجم الاستثمارات في ابوظبي					
105	وجود مشاريع استثمارية وتجارية متميزة تناسب جميع رجال الأعمال					

انتهت الاستبانة شاكرا لكم تعاونكم

ملحق رقم (3)

أسماء الأساتذة محكمي استبانة الدراسة

التسلسل	الاسم	الجامعة
1	الأستاذ الدكتور هاني الضمور	الجامعة الأردنية
2	الأستاذ الدكتور محمد عبيدات	الجامعة الأردنية
3	الأستاذ الدكتور ناجي معلا	جامعة نيويورك
4	الأستاذ الدكتور بشير العلاق	جامعة الزيتونة
5	الأستاذ الدكتور حميد الطائي	جامعة الزيتونة
6	الدكتور شفيق حداد	جامعة العلوم التطبيقية
7	الدكتور حمد الغدير	جامعة العلوم التطبيقية
8	الدكتور عادل رجب	جامعة عمان العربية للدراسات العليا

ملحق رقم (4)

أسئلة المقابلة الشخصية

السؤال الأول: ما هو أثر الأزمة المالية على المتعاملين في القطاع المالي؟

السؤال الثاني: ما مدى تأثير الأزمة المالية على الوضع الاقتصادي والنظام المصرفي لدولة الإمارات العربية المتحدة؟

السؤال الثالث: باعتقادك هل تتوفر الإمكانيات لدى دولة الإمارات العربية المتحدة لمواجهة الأزمة المالية الحالية؟

السؤال الرابع: هل هناك تخوف من تراجع أسعار النفط على اقتصاد دولة الإمارات العربية؟

السؤال الخامس: ما مدى تأثير الأزمة المالية على المستهلك الإماراتي؟

السؤال السادس: ما هي الدروس التي استفادتها دول العالم من وقوع الأزمة المالية؟

السؤال السابع: باعتقادك هل هناك احتياطات من جانب حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة لمواجهة ظروف التراجع الاقتصادي؟

السؤال الثامن: باعتقادك ما هو السبب الذي أدى إلى وقوع الأزمة المالية الحالية؟

السؤال التاسع: باعتقادك هل أسهمت الأنظمة المالية المعمول بها في دولة الإمارات العربية المتحدة في التخفيف من حدة الأزمة المالية الحالية؟